



Was uns anzieht

Kleidung aus volkskundlicher Perspektive

Universität Augsburg
Europäische Ethnologie / Volkskunde

Herausgeber

Prof. Dr. Günther Kronenbitter

Redaktion und Layout

Lena Griebßhammer M.A., Leonie Herrmann

Titelbild

Sabrina Rießenberger

Anschrift der Redaktion

Europäische Ethnologie/Volkskunde

Universität Augsburg - Universitätsstraße 10 - 86135 Augsburg

Tel.: 0821/598-5482 - Fax: 0821/598-5501

E-mail: volkskunde@phil.uni-augsburg.de

Die Augsburger Volkskunde im Internet

<http://www.philhlist.uni-augsburg.de/lehrstuehle/volkskunde/>

Druck

Verlag T. Lindemann - Stiftstraße 49 - 63075 Offenbach

ISSN 0948-4299

Die Augsburger Volkskundlichen Nachrichten erscheinen im Selbstverlag. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Datenträger sowie Fotos übernehmen die Redaktion bzw. der Herausgeber keinerlei Haftung. Die Zustimmung zum Abdruck wird vorausgesetzt. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung der Redaktion von des Herausgebers nicht übernommen werden. Die gewerbliche Nutzung ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers zulässig. Das Urheberrecht für veröffentlichte Manuskripte liegt ausschließlich beim Herausgeber. Nachdruck sowie Vervielfältigung, auch auszugsweise, oder sonstige Verwertung von Texten nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Namentlich gekennzeichnete Texte geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers oder der Redaktion wieder.

Vorwort	4
----------------	---

Aufsätze

Kleidung und Mode im Frauengefängnis Funktionen und Bedeutungen am Beispiel der JVA Aichach <i>von Marion Einsiedler</i>	6
--	---

Bubikopf und kurzer Rock Mode und Neue Frau in der Werbeästhetik der 1920er Jahre <i>von Denise Ruisinger</i>	42
---	----

Die bekleidete Hand Gesellschaftliche Funktionen des Handschuhs im Spiegel deutscher Anstandsliteratur zwischen Kaiserreich und Nachkriegszeit <i>von Johanna Hofmann</i>	70
---	----

Die Macht der Kleidung Kleidung als Bedeutungsträger am Hofe von Elisabeth I. von England <i>von Christa Bayer</i>	98
--	----

Ausstellungen	127
----------------------	-----

Rezensionen	131
--------------------	-----

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Textilien sind ein wichtiges Produkt moderner Industrie. Der Markt für Kleidungsstücke und Accessoires ist schon besonders früh und dramatisch von der Globalisierung umgewälzt worden. Manchmal bedenken wir als Käufer die Arbeitsbedingungen bei der Herstellung und die ökologischen Auswirkungen der Textilfabrikation, aber als Konsumenten in Mittel- und Westeuropa sind wir doch weit entfernt von den heutigen Produktionszentren. In Augsburg wird die Erinnerung an die einst so wichtige Textilindustrie fast nur noch im Museum wachgehalten. Aber als umsatzträchtiges Konsumgut ist Kleidung aus dem Handel nicht wegzudenken und zugleich ist der der Kleidungskauf zentraler Teil des Shoppings als alltagskultureller Praxis.

Kleidung spielt mehr als nur eine Rolle: Sie soll beispielsweise vor Nässe, Kälte oder Sonnenstrahlung schützen, aber auch schmücken. Aber Kleidung erleichtert uns auch, in unterschiedliche Rollen zu schlüpfen. Das kann spielerisch geschehen oder auch mit dem Anspruch auf gesellschaftliche Achtung. Kleidung ist ein Kommunikationsmittel und ein Weg, soziale Distinktion zum Ausdruck zu bringen. Individualitätsstreben und Gruppenzugehörigkeit stehen bei der Entscheidung darüber, was uns kleidet, in einem Spannungsverhältnis. Anstaltskleidung in heutigen Gefängnissen und höfische Kleidung in der Vergangenheit scheinen nicht nur zeitlich weit voneinander entfernt zu sein, aber an ihnen lässt sich das Spektrum an Bedeutungszuweisung und Regulierung der Bekleidung ebenso gut erkunden wie am Diskurs über den Damenhandschuh um 1900 oder am Bild der „Neuen Frau“ in der Weimarer Zeit. Die Beiträge dieser Ausgabe der Augsburger Volkskundlichen Nachrichten loten wichtige Dimensionen dessen, „was uns anzieht“ mit dem Instrumentarium der Kulturwissenschaften aus.

Eine angeregte Lektüre wünscht Ihnen Ihr



Kleidung und Mode im Frauengefängnis

Funktionen und Bedeutungen am Beispiel der JVA Aichach

von *Marion Einsiedler*

Couture und Haft? Mode im und aus dem Knast

„**H**aftcouture – Mode aus dem Knast.“ Die beiden Begriffe „Haft“ und „Couture“ (frz. Schneiderei) scheinen auf den ersten Blick nicht recht zusammenzupassen. Mit „Couture“ werden im Allgemeinen Individualismus, Designer-Labels oder Luxus assoziiert. „Haft“ hingegen steht für Bestrafung, Gewalt und Fremdbestimmung. Die Justizvollzugsanstalt Aichach verknüpfte diese beiden Begriffe im Jahr 2009, indem sie einen Designwettbewerb für Insassen bayerischer JVAs ausschrieb.¹ Aus den über vierhundert Einsendungen wurden vierzig ausgewählt, die in den gefängnisinternen Schneiderein angefertigt und bei einer Modenschau im Januar 2010 im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim) von Models aus den Beamtenreihen öffentlich vorgeführt wurden.² Intention war, die Besucher zum Nachdenken über den Umgang mit Kleidung im Alltag anzuregen. Für gewöhnlich werden morgens Kleidungsstücke für den Tag ausgewählt, nach der Arbeit wird Freizeitkleidung getragen, am Wochenende beim Stadtbummel ein neues modisches Teil erworben. Auch in Haft erleben die Insassinnen eine Form des alltäglichen Lebens, das allerdings durchstrukturiert, von außen reglementiert und zahlreichen Freiheitsbeschränkungen unterworfen ist. Welche Rolle spielen Kleidung und Mode also im Gefängnisalltag? Welche Funktionen und Bedeutungen können Kleidung und Mode für Insassinnen der bayerischen Justizvollzugsanstalten übernehmen? Wie wird der Besitz von Privatkleidung während der Haft durch den bayerischen Staat geregelt? Wie werden Entkleidungsprozesse bei Haftantritt und die Uniformierung der Beamten empfunden? Diesen

1 Vgl. Krames, Wilfried (StMJV): „Haftcouture“ – Ein spannender Wettbewerb. Bayerische Häftlinge machen Mode, <<http://www.jva.de/aktuelles/2009-09-24>>, (09.05.2013).

2 Vgl. Krames, Haftcouture, (09.05.2013).

Fragen sollte mithilfe ausgewählter Literatur und einer empirischen Studie in der JVA Aichach im Rahmen einer Abschlussarbeit im Fach Europäische Ethnologie/ Volkskunde an der Universität Augsburg nachgegangen werden. Der Umgang mit Kleidung in Haft wird in dem im Jahr 2007 publizierten Dissertationsprojekt der Juristin Rita Haverkamp³ in einem kurzen Abschnitt thematisiert. Laut Haverkamp haben inhaftierte Frauen „während der Strafverbüßung in einer Justizvollzugsanstalt [...] andere Bedürfnisse als Männer.“⁴ „It seems, that the two human needs – to disclose oneself and to conceal oneself – would be combined in the female psyche in quite a different way than in the male.“⁵ Diese Annahme bestätigt auch die im Rahmen des Projekts interviewte Justizvollzugsbeamtin Centa Kastl-Grieser: „Ich glaube schon, dass [Kleidung] für Frauen ganz besonders wichtig ist.“⁶ Daher wurden in der Studie ausschließlich weibliche Inhaftierte und ihr Verhältnis zu Kleidung und Mode während der Haftzeit berücksichtigt.

Neunundvierzig in der JVA Aichach inhaftierte Frauen füllten einen Fragebogen aus und beantworteten Fragen zu ihrem Kleidungs- und Modeverhalten im Gefängnisalltag. Ergänzend wurde ein leitfadenorientiertes Experteninterview mit einer Justizvollzugsbeamtin, die in der „Kammer“⁷ arbeitet, geführt. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und in Vorschläge zu einer praxisorientierten und humanen Regelung des Kleidungsverhaltens in der JVA Aichach, die Konflikten vorbeugen könnten, eingearbeitet. Denn: „[Kleidung] ist ein Stück weit Persönlichkeit.“⁸

3 Haverkamp, Rita: Frauenvollzug in Deutschland. Eine empirische Untersuchung vor dem Hintergrund der Europäischen Strafvollzugsgrundsätze (Strafrecht und Kriminologie; 18). Berlin: Duncker & Humblot, 2011.

4 Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 210

5 Simmel, Georg; zitiert nach: Carter, Michael: Fashion Classics from Carlyle to Barthes. Oxford: Berg, 2003, S.97.

6 Simmel, Georg; zitiert nach: Carter, Michael: Fashion Classics from Carlyle to Barthes. Oxford: Berg, 2003, S.97.

7 Die Kammer ist der Raum, in dem sich die Neuankömmlinge bei Haftantritt entkleiden, untersuchen lassen, ihre Habe abgeben und Anstaltskleidung ausgehändigt bekommen.

8 Interview, Z. 271f.

Kleidung im Bayerischen Strafvollzug – die Ausgangslage

Das Kleidungsverhalten in Haft wird in Bayern durch Gesetze geregelt, die in § 20 des Strafvollzugsgesetzes (StVollzG) und in Artikel 22 des bayerischen Strafvollzugsgesetzes (BayStVollzG) festgelegt sind.⁹

„Der Anstaltsleiter oder die Anstaltsleiterin gestattet den Gefangenen, bei einer Ausführung eigene Kleidung zu tragen, wenn zu erwarten ist, dass sie nicht entweichen werden. Er oder sie kann dies auch sonst gestatten, sofern die Gefangenen für Reinigung, Instandsetzung und regelmäßigen Wechsel auf eigene Kosten sorgen.“¹⁰

Grundsätzlich haben die Gefangenen also Anstaltskleidung zu tragen. Dies soll einer egalitären Gestaltung des Strafvollzugs dienen,¹¹ die Gefangenen innerhalb der Anstalt als solche kennzeichnen und Flucht erschweren.¹² Dabei muss die Kleidung die Menschenwürde wahren, regelmäßig ausgetauscht werden und in Zahl und Beschaffenheit angemessen gestaltet sein.¹³ Die Erlaubnis und genauen Vorschriften zum Tragen von Privatkleidung hängen vom Ermessen des Anstaltsleiters ab.

Neben dem StVollzG gibt es weitere Rechtsquellen und Empfehlungen, die sich mit Kleidung in Haft befassen. Dazu zählen die Europäischen Strafvollzugsgrundsätze, die in neuester Form 2006 gefasst wurden und den europäischen Staaten als Orientierung für einen menschenwürdigen und fortschrittlichen Strafvollzug dienen.¹⁴ Resozialisierung – auch durch das Tragen eigener Kleidung – ist das zentrale Ziel; Selbstverantwortlichkeit soll gefördert werden.¹⁵ Die gesetzliche Lage in Bayern lässt dem Anstaltsleiter einen großen Spielraum zwischen dem ausschließlichen Tragen von

9 Vgl. Arloth, Frank: Gesetz über den Vollzug der Freiheitsstrafe und der freiheitsentziehenden Maßregeln der Besserung und Sicherung mit ergänzenden Bestimmungen (StVollzG). In: Frank Arloth: Strafvollzugsgesetz. Kommentar. München: Beck³, 2011, S. 9-595.

10 Art. 22, Abs.2, S. 2, BayStVollzG. In: Arloth, Strafvollzugsgesetz, 2011, S. 750.

11 Vgl. Arloth, Strafvollzugsgesetz, 2011, S. 111f.

12 Vgl. Art. 22, Abs.2, S. 2, BayStVollzG. In: Arloth, Strafvollzugsgesetz, 2011, S. 750.

13 Vgl. Arloth, Strafvollzugsgesetz, 2011, S.112.

14 Vgl.Ebd., S. 5.

15 Vgl. Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 51.

Anstaltskleidung und einer umfangreichen Ausstattung mit Privatkleidung. Es besteht kein rechtlicher Anspruch auf den Besitz von Privatkleidung in Strafhafte.

Forschungsstand zum Kleidungsverhalten im Strafvollzug

Autoren heben die Bedeutung des Aussehens für die Konsistenz der personalen Identität und die Bewältigung kritischer Lebenssituationen – wozu die Haftzeit zählt – hervor.¹⁶ Das Gefängnis eignet sich als Mikrokosmos und Abbild einer relativ geschlossenen Gesellschaft für Studien über Verbreitungsmechanismen von Mode, denn es sind weniger Einflussvariablen von Außen als in der freien Gesellschaft vorhanden.

Eine Ausnahme von der im Allgemeinen mageren Forschungslage ist das 2010 herausgegebene „Dress Behind Bars. Prison Clothing as criminality“ der Modehistorikerin Juliet Ash.¹⁷ Die Autorin befasst sich mit über zweihundert Jahren Selbst- und Fremdwahrnehmung des äußeren Erscheinungsbildes von Inhaftierten, dem Einfluss politischer, sozialer und kultureller Variablen auf die Gestaltung der Gefangenenkleidung und den Machtstrategien, die durch Kleidung im Gefängnis angewandt werden. Gemeinsam ist den meisten Kleidungspraktiken in Gefängnissen weltweit, dass die Identität der Gefangenen angegriffen und kontrolliert wird, was ihnen die Resozialisierung nach Haftende erschwert.¹⁸ Rita Haverkamp untersuchte den Frauenstrafvollzug in den JVA's Aichach und Willich II in den Jahren 2003 bis 2005 vor dem Hintergrund der Europäischen Strafvollzugsgrundsätze. In den Anstalten war das Tragen von Privatkleidung genehmigt worden, wobei Aichacher Gefangene trotzdem häufiger Anstaltskleidung trugen. Als Gründe hierfür gaben die Interviewten Schonung der eigenen Kleidungsstücke, Bequemlichkeit oder Desinteresse am Äußeren an.¹⁹ Generell lehnten die Frauen uniforme

16 Vgl. Dichter, Ernest: Why We Dress the Way We Do. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 29.; Blumer, Herbert: Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 240.

17 Vgl. Ash, Juliet: Dress Behind Bars. Prison Clothing as Criminality. London: I.B. Tauris & Co, 2010.

18 Vgl. ebd. S. 180.

19 Vgl. Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 555.

Zwangsbekleidung jedoch ab, weil ihnen Stil und Einheitlichkeit missfielen.²⁰ Mit der Handhabung der Bekleidung im deutschen Strafvollzug setzte sich 2003 auch der Assessor Michael Köhne in der Zeitschrift für Rechtspolitik auseinander. Er plädiert dafür, Gefangenen eigene Kleidung in der Strafhafte zu gestatten. „Abnahme der eigenen Kleidung und Einkleidung in Gefangenentracht“²¹ führen seiner Meinung nach zu Selbstwertkränkung und Deprivation und widersprechen sowohl dem Vollzugsziel der Resozialisierung als auch dem Eingliederungsgrundsatz.²² In erster Linie habe sich das Leben in Haft bestmöglich der Situation draußen anzugleichen, was das Tragen und Instandhalten eigener Kleidung nicht nur rechtfertigt, sondern auch erforderlich macht.²³ Köhne schließt seine Ausführungen mit der Forderung nach einer Reform der Kleidungsregelung ab.²⁴

„Ein bisschen Kontrolle muss da sein.“ Umsetzung von Gesetzen und Richtlinien zur Bekleidung in der JVA Aichach

Die erlaubte Beschaffenheit und Stückzahl der privaten Kleidung in der JVA Aichach ist einem Informationsblatt zu entnehmen. Den Frauen darf Kleidung halbjährlich zum Austausch mit den vorhandenen Kleidungsstücken zugeschickt werden.²⁵ Die einzelnen Teile müssen aus einem von drei Geschäften, die in Aichach ansässig sind, stammen.²⁶ Bei Finanzierungsproblemen kann gut erhaltene Spendenkleidung vom örtlichen Sozialkaufhaus bezogen werden.²⁷ Während die Anstaltskleidung von der JVA gereinigt und ausgetauscht wird, sind die Insassinnen für die Instandhaltung ihrer privaten Habe selbst verantwortlich. Dazu befindet sich auf jedem Gang eine Waschmaschine, die je 30 bis 35 Frauen nutzen. Kleidungsaustausch mit anderen Frauen ist nicht erlaubt. Wird gegen dieses Verbot verstoßen, kann den betreffenden Frauen der Besitz eigener Kleidung von Seiten der JVA verweigert werden.²⁸ Im

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Köhne, Michael: Eigene Kleidung im Strafvollzug. In: Zeitschrift für Rechtspolitik 36/2 (2003), S.60.

²² Vgl. ebd.

²³ Vgl. ebd. S. 61.

²⁴ Vgl. ebd.

²⁵ Vgl. Interview, Z. 14-19.

²⁶ Vgl. ebd. Z. 20-34.

²⁷ Vgl. ebd. Z. 287; Z. 464-468.

²⁸ Vgl. ebd. Z. 189-198.

Vergleich zu anderen Anstalten sind die Bestimmungen zur Privatkleidung sehr großzügig geregelt,²⁹ weswegen „ein bisschen eine Kontrolle da sein muss.“³⁰ – davon ist die befragte Kammerbeamtin überzeugt.

Ablauf des Ent- und Einkleidungsprozesses in der Kammer

Bei Haftantritt werden die Neuankömmlinge in die Kammer geführt. Die „Kammer“ ist ein etwa 30 m² großer Raum in der JVA, in der die Gefangenen und ihr Gepäck untersucht werden. Die betreffende Frau muss sich vor zwei Beamtinnen komplett ausziehen, wird „gesichtet“³¹ und bekommt dann Anstaltskleidung in der passenden Größe zugeteilt, die sie zumindest in den ersten Tagen ihrer Haft trägt. In der Kammer kommt es gelegentlich zu Konflikten. Der Entkleidungsprozess ist vielen Frauen unangenehm³² fordert großes Einfühlungsvermögen von den Beamtinnen.³³ Die Anstaltskleidung missfällt den meisten Gefangenen, was mitunter durch Aussprüche wie den folgenden kundgetan wird: „Fällt mir gar nicht ein, den Müll da [anzuziehen].“³⁴ Auch Ängste und angestaute Aggressionen entladen sich in der Kammer,³⁵ was den geregelten Ablauf der Prozedur zusätzlich erschwert: „Das ist manchmal [...] wie so eine kleine Bombe, die platzt, wenn die dann bei uns [...] ankommen.“³⁶

Die Inhalte der Europäischen Strafvollzugsgrundsätze werden im Frauenstrafvollzug der JVA Aichach weitgehend umgesetzt. Die Anstaltskleidung ist ohne Hintergrundwissen nicht als solche erkennbar und ist was Farbgebung, Schnitt und Ähnlichkeit zu Kleidung in der „äußeren Gesellschaft“ betrifft, nicht demütigend.³⁷ Der Besitz privater Kleidung ist erlaubt, was zur Aufrechterhaltung eines stabilen Selbstbildes beiträgt, auch wenn die Kleidungsstücke der Gefangenen von unterschiedlichem Wert sind. Dies

²⁹ Vgl. ebd. Z. 367.

³⁰ Ebd. Z. 368.

³¹ Ebd. Z. 167.

³² Ebd. Z. 222.

³³ Vgl. ebd. Z. 212-257.

³⁴ Ebd. Z. 265.

³⁵ Vgl. ebd. Z. 119-128; Z. 134-139.

³⁶ Ebd. Z. 105-107.

³⁷ Vgl. Kastl-Grieser, Beschaffenheit und Stückzahl, E-Mail, 2013, S. 64.

entspricht den Verhältnissen der freien Gesellschaft und wird daher nicht unterbunden, was die interviewte Beamtin gutheißt:

„[...] viel Streiterei entsteht, wenn jemand überhaupt keine Möglichkeiten nicht hat, an Privatwäsche hin zu kommen und der andere läuft mit hochwertigen Sportklamotten umeinander. Aber das ist unsere Gesellschaft. Das hat man draußen auch.“³⁸

Deprivation und einem Autonomieverlust werden entgegengewirkt, indem sich die Insassinnen selbst um die Pflege ihrer Privatkleidung kümmern, was alle der befragten Frauen befürworteten.³⁹

Frisur und Make-up in der JVA Aichach

„Das Haar ist der einzige Teil des Menschen, der ohne Zufügung artfremder Substanzen oder Gegenstände individuell gestaltet werden kann.“⁴⁰ Frisuren und Schminkutensilien ermöglichen den Insassinnen, ihr Aussehen über die Kleidung hinaus zu gestalten. Bezüglich der Frisur gibt es keine gesonderten Vorschriften in der JVA Aichach. Kosmetik- und Schminkartikel können beim Einkauf erworben werden;⁴¹ gänzlich verboten ist nur Nagellack innerhalb der Anstalt.⁴² Da auf Gestaltung von Haaren und Gesicht von gesetzlicher Seite aus kein Einfluss genommen wird, ist diese in der Freizeit nur geringfügig durch ein eingeschränktes Produktangebot reglementiert, erfüllt ansonsten aber dieselben Funktionen wie vor oder nach der Haft und kann sogar kompensierend auf die begrenzte Kleidungsfreiheit wirken. Neue Haarschnitte und Frisuren erhalten die Frauen beim gefängnisinternen Friseur, bei dem auch einige der Inhaftierten eine Ausbildung absolvieren.

38 Interview, Z. 322-325.

39 Vgl. Fragebogen Funktionen von Kleidung, ausgegeben am 18.02.2013 in der JVA Aichach, Frage 12; Antworten auf den Fragebogen Funktionen von Kleidung als Excel-Tabelle, Frage 12.

Im Folgenden wird immer wieder nicht in Fußnoten, sondern im Text auf den Fragebogen und den erworbenen Datensatz mit den Antworten Bezug genommen. Dazu werden die betreffenden Fragen oder Antworten in Klammern () im Text angegeben.

40 Loschek, Ingrid: Mode. Verführung und Notwendigkeit. Struktur und Strategie der Aussehensveränderungen. München: Bruckmann, 1991, S. 150.

41 Vgl. Interview, Z. 65.

42 Vgl. Interview, Z. 52-60.

Empirische Untersuchung in der JVA Aichach

Der gedruckte Fragebogen, den die Insassinnen auf freiwilliger Basis ausfüllten, enthielt 29 kleidungs- und modespezifische Fragen und vier Fragen nach allgemeinen personenbezogenen Angaben.⁴³ Die Rücklaufquote betrug 98%. Die Stichprobe beschränkt sich aus organisatorischen Gründen auf Frauen, die in den Schneiderei- oder den Industriebetrieben der JVA beschäftigt sind. Dabei wurden die Daten im Hinblick auf die Variablen „Alter der Insassinnen“, „Arbeitsplatz“, „Ausprägung des Modeinteresses“, „schon absolvierte Haftzeit“ und „Sicherheitsgefühl beim Tragen der eigenen Kleidung“ ausgewertet. Die Auswertung weist lediglich auf Tendenzen hin. Kausale Zusammenhänge sind nicht statistisch signifikant abgesichert. Die Umfragedaten wurden quantitativ ausgewertet. Zur Auswertung des Interviews wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse gewählt.

Definition und Merkmale von Mode und Kleidung

Im deutsch- und englischsprachigen Raum existieren zahlreiche Definitionen von „Mode“, von denen sich in der Fachliteratur bis jetzt keine explizit durchgesetzt hat.

Mode als gesellschaftliches Phänomen ist ein Prozess,⁴⁴ der nicht nur Kleidung betrifft.⁴⁵ In dieser Arbeit wird der Begriff „Mode“ jedoch nur auf Kleidung bezogen. Da die befragten Frauen keine Definition oder Beispiele für modische Kleidung erhielten, legten sie ihren Antworten eigene Vorstellungen von Mode zugrunde, die vermutlich der folgenden begrifflichen Bestimmung recht nahe kamen:

„Fashion [is] what modern „western“ people wear.“⁴⁶ Diese prägnante Definition der Mode ist sehr allgemein gehalten. Auch wenn die Begriffsbestimmung, bedenkt man den Alltagsgebrauch des Wortes „Mode“, treffend erscheint, wird außer eines kulturellen Bezugs kein weiteres Kriterium angesprochen.

⁴³ Fragebogen, 2013.

⁴⁴ Vgl. Solomon, Michael (Hrsg.): *The Psychology of Fashion*. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. xi.

⁴⁵ Carter, *Fashion Classics*, 2003, S. 63.

⁴⁶ Hollander, Anne: *Sex and Suits*. New York: Alfred A. Knopf, 1994, S.11.

Aufbauend auf Definitionen verschiedener Modetheoretiker⁴⁷ wurde eine Definition der Kleidermode verfasst:

Kleidermode ist eine spezielle Form der Kleidung, die periodischem Stilwechsel⁴⁸ unterworfen ist und prozesshaften Charakter besitzt. Sie wird von einem großen Teil der Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit getragen und akzeptiert.⁴⁹ Sie dient dadurch unter anderem der Konstruktion und Darstellung von Identitäten, sowohl von und in Gruppen, als auch personaler Identität. Als kulturelles Artefakt und Phänomen ist Kleidermode soziokultureller Bedeutungsträger⁵⁰ und Kommunikationsmedium auf verschiedenen Ebenen.⁵¹ Ebenso wie Kleidung an sich hat Mode viele Funktionen in unterschiedlichen Bereichen des Alltags.⁵²

Der Terminus „Kleidung“ wird nach Ingrid Loschek als „Überbegriff verwendet [der] sich auf das Umhüllen des Körpers bezieht.“⁵³ Im Folgenden wird nur die „umhüllende Kleidung“, also Kleidungsstücke und Schuhe, unter dem Begriff „Kleidung“ behandelt. Zur genaueren Spezifizierung werden die Begriffe „Anstalts- oder Privatkleidung“ oder „Uniform“⁵⁴ herangezogen. Auf andere Körpermodifikationen wie die Gestaltung von Frisuren oder das Auflegen von Make-up, wird gesondert und unter expliziter Benennung eingegangen.

47 Vgl. Barnard, Malcolm (Hrsg): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 4.

48 Roderer, Ursula: Mode als Symbol. Ein interaktionistischer Ansatz zur Bedeutung der Mode für Altersgruppen (Theorie und Forschung; 8; Soziologie; 2). Regensburg: S. Roderer Verlag, 1986, S. 1.

49 Vgl. Ebner, Claudia: Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur (Cultural Studies). Bielefeld: transcript Verlag, 2007, S. 145; Sproles, George: Behavioral Science Theories of Fashion. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 55.; Wiederkehr-Benz, Katrin: Sozialpsychologische Funktionen der Kleidermode. Zürich: Juris Druck + Verlag Zürich, 1973 (Zürich Univ. Diss., 1973), S. 51.

50 Barnard, Fashion Theory, 2007, S. 189.

51 Vgl. ebd. S. 4.

52 Vgl. Simmel, Georg: Philosophie der Mode. (Philosophische Aufsätze; 10). Berlin: Suhrkamp, 1995 <[http://gutenberg.spiegel.de/buch/10/1](http://gutenberg.spiegel.de/buch/10/1>)>, (13.05.2013).

53 Vgl. Loschek, Mode, 1991, S. 10.

54 „Uniform“ bezeichnet hier die einheitliche Berufsbekleidung der Vollzugsangestellten.

Alter als Variable des Kleidungsverhaltens in Haft

Viele Kriterien und Merkmale, anhand derer Mode klassifizierbar ist, sind im Gefängnis nur bedingt vorhanden. Das biologische Alter jedoch lässt sich auch in Haft nicht verändern: „Alter ist, gerade um das Phänomen der Mode zu untersuchen, eines der aussagekräftigsten Merkmale [...]“⁵⁵ Altern ist ein lebenslanger Sozialisationsprozess – mit dem Alter ändern sich Einstellungen, „soziale Bezugsfelder“⁵⁶ und Gruppenzugehörigkeiten, was das Selbstbild und die Identitätskonstruktion beeinflusst.⁵⁷ Mit dem Alter ändern sich auch modische Vorlieben und die Art, Persönlichkeit durch das Äußere auszudrücken. An Mode und Aussehen interessiert sind ältere Frauen dennoch. Oft fungiert ein Kleiderkauf als „psychologisches Lifting.“⁵⁸ Bei der Kleiderwahl wird mehr Wert auf situationsgerechte Kleidung und Funktionalität als auf den Preis gelegt.⁵⁹ „Phasenspezifische Krisensituationen, einschneidende Veränderungen und Übergangsrituale,“⁶⁰ die deprivierende oder verunsichernde Auswirkungen haben,⁶¹ können das soziale Alter beeinflussen, welches dann nicht unbedingt dem biologischen Alter entspricht und sich auf das Modeverhalten auswirken kann.

Einfluss von Alter und Modeinteresse auf das Kleidungsverhalten der Insassinnen

In der durchgeführten Studie war Alter der ausschlaggebendste Faktor für das Mode- und Kleidungsverhalten der inhaftierten Frauen, die zur Auswertung nach altersspezifischen Besonderheiten in folgende Gruppen eingeteilt wurden: 20-29-Jährige, 30-39-Jährige, 40-49-Jährige und über 50-Jährige.

Modetrends wurden nur von der Hälfte der ab 50-Jährigen verfolgt, während sich durchschnittlich 63% der Insassinnen für modische Neuerungen interessierten. Auch das Modeinteresse sank mit zunehmendem Alter. Das

⁵⁵ „Roderer, Mode als Symbol, 1986, S. 34.

⁵⁶ Ebd. S. 35.

⁵⁷ Vgl. ebd.

⁵⁸ Dichter, *Why we dress*, 1985, S. 30.

⁵⁹ Vgl. Rosencranz, Mary-Lou: *Clothing Concepts. A Social-Psychological Approach*. New York: Mac-Millan Company, 1972, S. 220.

⁶⁰ Roderer, *Mode als Symbol*, 1986, S. 49.

⁶¹ Vgl. ebd. S. 52.

erklärt, warum der Hälfte der befragten Frauen ab 50 Jahren die Anstaltskleidung zumindest „mittelmäßig“ gefällt. Dahingegen bewertet unter den 20-29-Jährigen keine die Anstaltskleidung als mittelmäßig gut aussehend und 75% empfinden es als störend, dass die ausgegebene Kleidung altmodisch oder hässlich ist. Das Aussehen vor der Haft war den 20-29-Jährigen am wichtigsten; dem Aussehen in Haft maßen die 30-39-Jährigen die größte Bedeutung bei. Insgesamt nahm die Einschätzung der Wichtigkeit des Aussehens in Haft jedoch um fast 30% ab. Dabei bildet die älteste Frauengruppe weder während, noch vor der Haft das Schlusslicht. Das bedeutet, dass mit zunehmendem Alter das Interesse am eigenen Aussehen nicht abnimmt. Die jüngste Gruppe hat am ehesten das Gefühl, ihr Äußeres seit Haftantritt zu vernachlässigen, während die ab 50-Jährigen diesen Gedanken am wenigstens nachvollziehen können. Letztere benutzten seltener Make-up (33,3% zu durchschnittlich 65,2%). Ebenso ist ihnen ihre Frisur nicht so wichtig wie dem Durchschnitt der Insassinnen. Obwohl alle befragten Frauen ab 50 Jahren jedes halbe Jahr ihre Privatkleidung auswechseln, tragen fast alle zur Arbeit Anstaltskleidung. Für die ältesten Insassinnen ist die Einschränkung in der Gestaltung ihres Aussehens am wenigsten schlimm und sie brauchen ihre eigene Kleidung nicht, um sich sicher zu fühlen. Im Allgemeinen kann den Frauen ab 50 Jahren größere Gelassenheit, vielleicht auch ein stabileres Selbst- oder Körperbewusstsein zugesprochen werden. Sie scheinen ihr Aussehen wichtig zu nehmen, sich jedoch weniger über ihren Körper und ihre Kleidung zu definieren als die jüngste Gruppe der Befragten. Neben dem Alter beeinflusste vor allem „großes Modeinteresse“ das Modeverhalten in Haft. Stark modeinteressierten Frauen war ihr Aussehen vor und in Haft sehr wichtig, sie benutzten häufig Make-up und litten am meisten unter den Reglementierungen des Kleidungsbesitzes.⁶² Die Länge des Aufenthalts in der JVA, Arbeitsumgebung oder die psychische Schutzfunktion⁶³ der Kleidung spielten nur eine untergeordnete oder gar keine Rolle für das Kleidungsinteresse der Insassinnen.

⁶² Vgl. Antworten auf den Fragebogen, 2013.

⁶³ Die psychische Schutzfunktion von Kleidung kommt beispielsweise in der Antwort „Ich mag Anstaltskleidung nicht, weil ich mich in meiner eigenen Kleidung sicherer fühle.“ auf Frage 7 zum Ausdruck.

Funktionen und Bedeutungen von Kleidung und Mode in der JVA Aichach

„Monokausale Erklärungen“⁶⁴ sind nicht ausreichend, um das Phänomen und die Funktionen des Bekleidens, seine Ursachen und Folgen zu beschreiben. Gemäß der Modehistorikerin Ingrid Loschek sind zahlreiche Faktoren, zum Beispiel Klima, Umwelt, soziale Interaktionen, Traditionen und Wirtschaft zu beachten.⁶⁵

Schutz, Scham und Schmuck – die anthropologischen S-Funktionen

Laut des britischen Psychologen John Flügel⁶⁶ gibt es aus anthropologischer Sicht drei Hauptfunktionen der menschlichen Bekleidung und Körpergestaltung: Schutz, Scham und Schmuck – die „drei S“.⁶⁷

Die Bedeckung schambehafteter Körperteile

Die Schamhypothese⁶⁸ wird nicht mehr als ursächlich für die Entwicklung des menschlichen Bekleidungsverhaltens angesehen.⁶⁹ Scham als Kulturprodukt bezieht sich je nach Kultur auf unterschiedliche Objekte oder Körperteile. Von einem angeborenen Schamgefühl kann nicht ausgegangen werden: „Modesty or shame was not a causal factor in the initial development of clothes, but is merely a result of the habit of wearing them“⁷⁰ In der westlich orientierten Gesellschaft des 21. Jahrhunderts ist Schamgefühl bei Nacktheit durch Kleidung als Folge von Erziehung und Sozialisation anzusehen.⁷¹

⁶⁴ Loschek, Mode, 1991, S. 9.

⁶⁵ Vgl. ebd.

⁶⁶ Gelebt 1874 – 1954.

⁶⁷ Vgl. Sommer, Carlo/ Wind, Thomas: Die Mode. Wie das Ich sich darstellt. Weinheim/ Basel: Beltz, 1991, S. 14f.

⁶⁸ Schambesetzte Körperteile werden durch Textilien oder andere Objekte bedeckt.

⁶⁹ Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 14f.

⁷⁰ Rouse, Elizabeth: Why Do People Wear Clothes? In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 123.

⁷¹ Rouse, Elizabeth: Why Do People Wear Clothes? In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 123.

Schutzfunktion der Kleidung

„Wir kleiden uns, um unseren Körper zu schützen.“ In Zeiten von Goretex-Funktions-Ware scheint diese Aussage schlüssig. Doch als Charles Darwin im 19. Jahrhundert die Feuerländer besuchte, stellten er und seine Begleiter fest, dass die Inselbewohner trotz des kühl-gemäßigten Klimas keine Kleider trugen.⁷² Obwohl Kleidung als Schutz vor externen Einflüssen anscheinend überbewertet⁷³ und nicht unbedingt notwendig ist, wappnen sich die meisten Menschen gegen eine Vielzahl von physischen Gefahren und Unannehmlichkeiten mit adäquaten Textilien. Auch psychisches Wohlbefinden wird durch Bekleidung beeinflusst. Sie kann als „reassurance against the lack of love“⁷⁴ und als Schutz gegen „the general unfriendliness of the world“⁷⁵ dienen. Flügel beobachtete, dass Menschen, die sich unwohl fühlen, dazu neigen, ihre Kleidung eng um sich zu schlingen oder sich warm zu kleiden, um seelischen Schutz zu erlangen. Flügel bringt physisches Kältegefühl mit psychisch empfundener Kälte in Verbindung.⁷⁶ Als Beweis dafür, dass diese Assoziationen Eingang in die Alltagssprache gefunden haben, führt er Ausdrücke wie „Warmherzigkeit“ oder „Gefühlskälte“ an.⁷⁷

Die schmückende Darstellung des Körpers

Als früheste, primäre Funktion der Kleidung gilt unter Anthropologen die schmückende Darstellung des Körpers,⁷⁸ da es zwar unbedeckte, aber keine undekorierten Menschen bei „primitiven Rassen“⁷⁹ gibt. Der Körperschmuck erfüllt unterschiedliche Funktionen wie Steigerung der sexuellen Attraktivität,⁸⁰ Einschüchterung des Gegenübers oder Statusrepräsentation. Um Ansehen zu erlangen, müssen Reichtum und Macht sichtbar sein, wie der

72 Vgl. Flügel, John Carl: *The Psychology of Clothes* (Internat psycho-analytical lib.; 18). London: Hogarth Press, 1950, S. 16f; Loschek, *Mode*, 1991, S. 32; Wilson, *Explaining it*, 2007, S. 20.

73 Vgl. Ebner, *Kleidung verändert*, 2007, S. 17.

74 Flügel, *Psychology of Clothes*, 1950, S. 77.

75 Ebd.

76 Vgl. ebd. S. 80.

77 Ebd.

78 Sommer, *Die Mode*, 1991, S. 16.

79 Wiederkehr-Benz, *Sozialpsychologische Funktionen*, 1973, S. 22.

80 Vgl. Ebner, *Kleidung verändert*, 2007, S. 19.

Soziologe und Ökonom Thorstein Veblen in seiner „Theorie der feinen Leute“ darlegt.⁸¹

Scham, Schutz und Schmuck in der JVA Aichach

Die drei S-Funktionen lassen sich mit Einschränkungen auf den Mikrokosmos eines Frauengefängnisses übertragen. Scham tritt vor allem beim Entkleidungsprozess bei Haftbeginn auf. 65,2% der befragten Frauen fanden es schwierig, sich vor den Kammerbeamtinnen auszuziehen. Die befragte Kammerbeamtin bestätigt, dass es für manche Frauen unangenehm ist⁸² „sich [...] bis auf die Haut auszuziehen“⁸³ und die Entkleidung eine „schwierige Phase“⁸⁴ darstellt.

Auch das Anlegen von Anstaltskleidung kann Schamgefühle auslösen. Anstaltskleidung signalisiert den Status als krimineller Neuankömmling. Eine Frau gab an, dass es „demütigend [war], in Anstaltskleidung durchs ganze Haus zu gehen“, eine andere fühlte sich „heruntergekommen und wie ein Penner, sobald [sie] die Kleidung anhatte.“

Kleidung hat in der JVA nicht primär schmückenden Charakter. Einige Frauen schätzen ihr Lieblingsteil im Gefängnis, weil sie gut darin aussehen. Weitaus mehr Frauen favorisieren ein Kleidungsstück, weil es bequem ist. Dieses Verhältnis trifft (67,4%: bequem; 34,8% gutes Aussehen) auch auf die Motivation für die Wahl der privaten Kleidungsstücke zu.

Eine wichtige Stellung in Haft nimmt die Schutzfunktion ein. Das Gefängnisleben stellt – zumindest für einige Zeit – eine Übergangs- und Krisensituation dar, in der die Insassinnen ein starkes Schutzbedürfnis entwickeln, und Strategien zur Bewältigung der neuen Lebensumstände benötigen. Anstaltskleidung trägt nicht dazu bei, dass sich die Insassinnen in der Gruppe wohler fühlen, wird aber von 29,3% der Insassinnen zeitweise getragen, um die eigene Kleidung zu schonen, fungiert also als physischer Schutz. Die Hälfte der Frauen bevorzugt eigene Kleidung, da sie sich in ihr sicherer fühlt. Einige Befragte verwenden private Kleidung als physischen Schutz gegen Kälte. Sie

⁸¹ Wiederkehr-Benz, Sozialpsychologische Funktionen, 1973, S. 29.

⁸² Vgl. Interview, Z. 212-219.

⁸³ Ebd. Z. 218.

⁸⁴ Ebd. Z. 216.

vermissen warme Kleidungsstücke, die sie nicht mitnehmen konnten. Das entspricht Flügel's Theorie der Verbindung von seelischem und körperlichem Kälteempfinden. Der Mangel an Sicherheit nach Haftantritt kann sich in körperlichem Unwohlsein äußern, was mit vertrauter Kleidung kompensiert wird.

Identitätsstiftende und -bewahrende Funktion von Kleidung während des Vollzugs

Kleidung spielt eine zentrale Rolle für die Identitätskonstruktion und in Beziehungen eines Individuums zu seinen Mitmenschen.⁸⁵

Körperliche Identität

Kleidung und Körper verschmelzen in der Eigen- und Fremdwahrnehmung häufig miteinander.⁸⁶ Kleidung dient der Erweiterung der Körpergrenzen und gleichzeitig der Gestaltung des Körpers, dessen Mängel durch die Wahl bestimmter Kleidungsstücke ausgeglichen werden können.⁸⁷ Somit ist der Körper, ebenso wie Mode, soziales und kulturelles Konstrukt. Körper, die nicht der Norm entsprechen sowie unangemessene Kleidung können Ausgrenzung aus einer Gruppe bedeuten.⁸⁸ Kleidung beeinflusst über den Körper somit personale und soziale Identität. Dieser Umstand wird im modernen europäischen Strafsystem, aus dem körperliche Repressionen vermeintlich verbannt sind, genutzt, was Michel Foucault in seinem Werk „Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses“ thematisiert.⁸⁹

Personale Identität und Rollenübernahme

Kleidung hilft dem Individuum, seine personale Identität zu kreieren und auszudrücken.⁹⁰ Meist werden Kleidungsstücke gewählt, die der der aktuellen

⁸⁵ Sommer, Die Mode, 1991, S. 19.

⁸⁶ Vgl. Ebner, Kleidung verändert, 2007, S. 64f.

⁸⁷ Vgl. ebd. S. 64; Sommer, Die Mode, 1991, S. 20.

⁸⁸ Vgl. 5.3.3.

⁸⁹ Vgl. 5.10.1

⁹⁰ Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 22.

sozialen Rolle entsprechen.⁹¹ Da personale Identität aus einem ständigen Abgleich zwischen eigener und fremder Wahrnehmung als Kompromiss konstruiert wird,⁹² muss sie immer wieder überprüft und verändert werden. Jeder Mensch besitzt verschiedene Rollen und Identitäten. Kleidungswechsel kann einen Rollenwechsel begleiten und die Rollentrennung vereinfachen.⁹³ Vor allem wenn Verhaltensunsicherheiten infolge einer bevorstehenden Rollenübernahme auftreten, greifen Menschen häufig auf ihre Vorstellungen zurück, wie jemand, der die neue Rolle erfüllt, aussehen sollte. Die Bedeutung des Äußeren sinkt, wenn die neue Rolle verinnerlicht wurde.⁹⁴

Soziale Identität zwischen Anpassung und Individualität

Der Mensch verfügt als Sozialwesen über soziale Identitäten in unterschiedlichen Gruppen. Mit Kleidung kann Gruppenzugehörigkeit demonstriert und Erwartungen erfüllt werden.⁹⁵ Kleidungs Vorschriften sind entweder explizit vorgegeben oder drücken sich in einer Art implizitem „Dresscode“ aus, dessen Missachtung eventuell sanktioniert wird. Anthropologen nehmen einen Individuationstrieb beim Menschen an, der sich daher auch äußerlich von seinen Mitmenschen unterscheiden möchte.⁹⁶

Das Individuum muss also laufend einen Kompromiss zwischen Anpassung an Gruppen und dem Wunsch nach Einzigartigkeit und Abgrenzung finden. Sowohl angepasste, als auch non-konforme Kleidung kann Stress verursachen, weshalb modisches Kleiden zwischen den beiden Polen „Individualität“ und „Anpassung“ ausbalanciert werden muss, um die eigene Identität zu wahren, einer Gruppe anzugehören und Wohlbefinden zu erreichen.

91 Vgl. Davis, Leslie/ Lennon, Sharron: Self-monitoring, Fashion Opinion Leadership, and Attitudes toward Clothing. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 177.

92 Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 22.

93 Vgl. Wiederkehr-Benz, Sozialpsychologische Funktionen, 1973, S. 36.

94 Vgl. Douglas, Susan/ Solomon, Michael: The Female Clotheshorse: From Aesthetics or Tactics? In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 391.

95 Vgl. Ebner, Kleidung verändert, 2007, S. 58.

96 Vgl. Loschek, Mode, 1991, S. 44.

Identitätsdefinitionen angewandt auf die JVA Aichach

Anstaltskleidung wird von einem Großteil der befragten Frauen in der JVA Aichach selten getragen.⁹⁷ Dies kann als ein Streben nach Individualität gedeutet werden. Zum Wohlbefinden in der Gruppe trägt Anstaltskleidung nicht bei. Gefängniskleidung erleichtert also weder die Anpassung an die Gruppe der Mitgefangenen, noch die Übernahme der neuen Rolle als Insassin: nur 4,3% aller befragten Frauen fanden die Anstaltskleidung am ersten Hafttag hilfreich, um den Haftbeginn zu akzeptieren. Identität mit einer stark begrenzten Zahl an Kleidungsstücken modisch auszudrücken, ist schwierig. Gefängnisinsassinnen versuchen dies dennoch.⁹⁸ In der JVA Aichach wechseln 78,3% der befragten Frauen ihre eigene Kleidung halbjährlich aus. 84,8% empfinden die Anzahl an erlaubten Teilen als unzureichend. 81,6% geben an, mindestens ein Kleidungsstück - vor allem ehemalige Lieblingsstücke - sehr zu vermissen. Ein Zusammenhang zwischen Identitätsvorstellungen vor der Haft und bestimmten Kleidungsstücken ist demnach gegeben.

Anstalts- und Privatkleidung als Kommunikationsmittel

Kleidung und Mode übernehmen immer auch kommunikative Funktionen:⁹⁹

„Neben dem Gesicht und den Händen [...] ist das, was wir tatsächlich sehen und worauf wir reagieren, nicht der Körper, sondern die Kleidung unserer Mitmenschen. Anhand ihrer Kleidung bilden wir uns, wenn wir ihnen begegnen, unseren ersten Eindruck von ihnen.“¹⁰⁰

Das Äußere, das von der Bekleidung eines Menschen geprägt ist, dient dazu, schnell Informationen über andere Personen zu gewinnen¹⁰¹ und ist damit ein „sozial wirksames Zeichen.“¹⁰² Dessen sind sich sowohl der Träger der Kleidung

⁹⁷ Vgl. Antworten auf den Fragebogen, 2013, Frage 3.

⁹⁸ Vgl. Ash, *Prison Clothing*, 2010, S. 6.

⁹⁹ Vgl. Barnard, *Fashion Reader*, 2007, S. 137.

¹⁰⁰ Flügel, *Psychology of Clothes*, 1950, S. 214.

¹⁰¹ Vgl. Drake, Mary Frances/ Forsythe, Sandra/ Hogan, Jane: *Influence of Clothing Attributes on the Perception of Personal Characteristics*. In: Michael Solomon (Hrsg.): *The Psychology of Fashion*. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 268.

¹⁰² Loschek, *Mode*, 1991, S. 96.

als auch der Betrachter bewusst. Kleidung ist ein Kommunikationsmittel, mit dem die Identitätsvorstellungen des Trägers an die Außenwelt signalisiert werden.¹⁰³ Sind Kleidungscode unbekannt, können sie nicht gedeutet werden und es entsteht Unsicherheit in der zwischenmenschlichen Interaktion.¹⁰⁴

Wird von sichtbaren Merkmalen eines Individuums auf seine Charaktereigenschaften geschlossen, wird dies als „Halo-Effekt“ bezeichnet. Dieser tritt im Alltag häufig auf.¹⁰⁵ Kleidung besitzt als nonverbales, visuelles Kommunikationsmedium also genau dann große Bedeutung, wenn Menschen zum ersten Mal aufeinander treffen oder keine Möglichkeit haben auf andere Weise zu kommunizieren.¹⁰⁶

Im Gefängnis ist diese Art der Kommunikation eingeschränkt. Genutzt werden Kleiderbotschaften in JVs dennoch von Gefangenen und von staatlicher Seite aus.

Die Insassen selbst kommunizieren auf vielfältige Weise durch Kleidung. Wenn eine Inhaftierte in Aichach am ersten Tag durch das Gebäude zu ihrem Haftraum geführt wird, verweist die Anstaltskleidung, die sie trägt, auf ihren sozialen Status als Neuling. Obwohl die Anstaltskleidung somit eine eindeutige Zuordnung erlaubt, wirkt sie dem Halo-Effekt auch entgegen. Die Insassinnen können dem Neuzugang anhand der Kleidung kein anderes Attribut als „neu“ zuschreiben. Es ist anzunehmen, dass die Frauen sich an anderen äußerlichen Merkmalen, wie Frisur, Make-up oder Mimik orientieren, um die neue Insassin einzuordnen. In diesem speziellen Fall wird die erwünschte Identität der jeweiligen Frau nicht durch die Kleidung nach außen getragen. Kommunikation durch Kleidung erfolgt auf weiteren Ebenen, sei es beim Abändern der Anstaltskleidung, der Wahl und Kombination der privaten Kleidungsstücke oder der Präsentation des neuen Markensportanzuges als Statussymbol.

¹⁰³ Vgl. Pape, Cora von: *Kunstkleider. Die Präsenz des Körpers in textilen Kunst-Objekten des 20. Jahrhunderts*. Bielefeld: transcript Verlag, 2008 (Köln Univ. Diss., 2007), S. 53.

¹⁰⁴ Vgl. Loschek, Mode, 1991, S. 177.

¹⁰⁵ Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 28.

¹⁰⁶ Vgl. Wiederkehr-Benz, Sozialpsychologische Funktionen, 1973, S. 25.

Kleidung als Ordnungsprinzip im Haftalltag?

Wie beschrieben hilft Kleidung, Mitmenschen ein- und bestimmten Gruppen zuzuordnen.¹⁰⁷ Sie trägt außerdem dazu bei, verschiedene Lebensbereiche zu trennen. Die Existenz von Berufs- und Freizeitkleidung ist ein Beispiel hierfür.¹⁰⁸ Seit in den 1970er Jahren die Gesundheits- und Fitnessbewegung aufkam, wurde sportliche Kleidung alltagstauglich:

„Wishing to signal an ideological attachment to health and fitness, many persons have [...] taken to wearing such garments to work, school and in town.”¹⁰⁹

Eine unfreiwillige Übernahme dieser modischen Erscheinung praktizieren Insassinnen der JVA Aichach, da nur Sporthosen als private Beinbekleidung getragen werden dürfen.¹¹⁰ Ein Merkmal totaler Institutionen ist unter anderem die Aufhebung der Unterteilung der einzelnen Lebensbereiche, was laut Goffman negative Reaktionen bei Gefangenen auslöst.¹¹¹ Dem entspricht auch das permanente Tragen der Sporthosen in Bereichen, die nicht mit Sport in Verbindung stehen. Bei der Befragung äußerten sechs von 34 Frauen eine Abneigung gegen diese Praxis und verwiesen dabei durch ihre Wortwahl indirekt auf den Angleichungsgrundsatz, der eine Angleichung der Bedingungen in Haft an den Alltag draußen fordert, um Resozialisierung zu erleichtern.

Bei der Auswahl der Freizeitbekleidung legen die Frauen vor allem Wert auf bequeme Passformen. Wichtig ist auch die Marke der Bekleidung; vor allem adidas-Produkte sind beliebt.¹¹² Diese Einstellung wird häufig in Subkulturen und Szenen beobachtet: “If you’re going to be accepted on the scene, you’ve

107 Vgl. Giannone, Antonella: Kleidung als Zeichen: Ihre Funktion im Alltag und ihre Rolle im Film westlicher Gesellschaften. Eine kultursemiotische Abhandlung (Body – Sign – Culture; 15). Berlin: Weidler Buchverlag, 2005, S. 17.

108 Vgl. ebd. S. 18.

109 Davis, Self-Monitoring, 2007, S. 92.

110 Vgl. Formblatt, Hinweise, erhalten am 21.01.2013.

111 Vgl. Goffman, Erving: Asyle. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1973, S. 17.

112 Vgl. Interview, Z. 286 und Z. 324.

got to dress right,¹¹³ so äußerte sich Mitglied einer Homosexuellen-Szene auf die Frage nach der gesellschaftlichen Dimension seiner Kleidungswahl in der Freizeit.

Die Anstaltskleidung ist kein Markenprodukt und wird nur von einer Frau als bequem empfunden. Zudem wird in Bayern keine gesonderte Oberbekleidung für die Freizeit zur Verfügung gestellt.¹¹⁴ Dies könnte zur Ablehnung der Gefängnis- und Anstaltskleidung beitragen.

Erinnerungsfunktion einzelner Kleidungsstücke in Haft

„Clothing, more than any other object or possession, is closely identified with the body of the absent wearer.“¹¹⁵ Ohne die körperliche Präsenz des Kleidungsträgers kann ein Kleidungsstück an ihn erinnern.¹¹⁶ Textilien, die mit einem bestimmten Menschen in Verbindung gebracht werden, verweisen unter Umständen auf diesen Menschen oder das Leben vor Haftantritt. 17,4% der befragten Frauen wählten ihre privaten Kleidungsstücke auch danach aus, ob sie etwas Besonderes mit ihnen verbanden. Für eine der Frauen war die Erinnerungsfunktion ihrer privaten Kleidung besonders wichtig. Sie trägt das weinrote Sweatshirt ihres Mannes in Haft, um sich an ihn zu erinnern. Es beschert ihr „ein wenig Normalität im [Haft]Alltag“. Die textile Erinnerung hilft der Frau dabei, eine Verbindung zu ihrem Leben vor Haftantritt aufrecht zu erhalten.

Kreative Gestaltung des Aussehens im Strafvollzug

Kreativität auszudrücken ist ein Bedürfnis, das im Alltag oft zu kurz kommt. Die Kombination von Kleidungsstücken zu einem Outfit ermöglicht ein Minimum an Erfüllung dieses Bedürfnisses.¹¹⁷ Der ständige Wandel innerhalb der Kleidermode gleicht dem natürlichen Spieltrieb der Menschen.¹¹⁸ Im Vollzug

113 Vgl. Holliday, Ruth: The Comfort of Identity. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 323.

114 Vgl. Arloth, Strafvollzugsgesetz, 2011, S. 750.

115 Felshin, Nina: Clothing as Subject. In: Art Journal 54/1 (1995), S. 20.

116 Pape, Kunstkleider, 2008, S. 56.

117 Vgl. Dichter, Why we dress, 1985, S. 31.

118 Vgl. Roderer, Mode als Symbol, 1986, S. 23.

können Kreativität und Spieltrieb durch Varietät erschwert ausgelebt werden. Auf der einen Seite leiden die Frauen zur Hälfte darunter, ihr Aussehen nicht frei gestalten zu können. Die rege Teilnahme am Haftcouture-Wettbewerb und die risikobehafteten Versuche, Kleidung untereinander zu tauschen,¹¹⁹ stützen diese Aussage. Andererseits bahnt sich Kreativität ihren Weg, indem zum Beispiel ausgetestet wird, welche Veränderungen der Anstaltskleidung nicht beanstandet werden und doch individuelles Aussehen fördern.

Die Bedeutung von Kleidung bei Übergangsritualen

Der Umgang mit Kleidung ist im Alltag ritualisiert. Täglich werden Kleidungsstücke für den jeweiligen Tag ausgewählt und anlassbezogen gewechselt.¹²⁰ Besondere Bedeutung erlangt Kleidung auch im Zusammenhang mit Initiations- und Übergangsritualen:¹²¹ „Every change in a significant life situation [...] requires a change of wardrobe [...] to facilitate and symbolize the situational changes.“¹²² Ein Kleidungswechsel begleitet auch die Insassinnen beim Übergang in das Gefängnisleben. Die Prozedur in der Kammer, die einem formell geregelten Ablaufschema folgt, kann besonders in Bezug auf die Ent- und Einkleidung als Teil eines „rite de passage“ gelten. Der Kleidungswechsel wird von den Insassinnen als unangenehm empfunden und abgelehnt.¹²³ Dies besagt nicht, dass er nicht sinnvoll ist. Auch wenn „mancher Krieg [...] nicht wäre,“¹²⁴ dürften die Frauen gleich „in ihre Privatklamotten reinschlüpfen,“¹²⁵ markiert das Anlegen der Anstaltskleidung den Übergang in eine neue Lebenssituation, die erst nach und nach kognitiv und emotional erfasst werden kann.

119 Vgl. Interview, Z. 195f.

120 Vgl. Giannone, Kleidung als Zeichen, 2005, S. 18.

121 Als Beispiel führt die Autorin eine Hochzeit an.

122 Rosencranz, Clothing Concepts, 1972, S. 51.

123 65,2% wollten die eigene Kleidung nur ungern hergeben; 60,9% die Anstaltskleidung nur ungern anziehen.

124 Interview, Z. 358f.

125 Ebd., Z. 358.

Mode als Therapie und psychische Entlastung

Der Zusammenhang zwischen äußerer Erscheinung und innerer Einstellung wird vor allem in den USA therapeutisch im Rahmen einer Modetherapie genutzt. Forscher nehmen an, dass bestimmte psychische Probleme mit der Vernachlässigung des Äußeren einhergehen, was der Selbstwahrnehmung und dem Selbstbewusstsein der Betroffenen schadet.¹²⁶ Das negative Selbstbild soll durch eine optische Veränderung verbessert werden,¹²⁷ indem eine Rückwirkung des Äußeren auf das Innere des Menschen erfolgt, was¹²⁸ als „psycho-physische Umkehrung“ bezeichnet wird.¹²⁹

Verstärktes Modeinteresse wird mit widrigen äußeren Umständen in Zusammenhang gebracht: „Sapir held that fashion results from an effort to increase the attractiveness of the self; especially under conditions which impair the integrity of the ego.“¹³⁰

Eine Studie untersuchte Auswirkungen von Schminkkursen auf das Wohlbefinden von Krebspatientinnen, die von der Aussehensveränderung profitierten. Vor allem die inhaftierten Frauen, die denken, ihr Äußeres seit Haftbeginn zu vernachlässigen, könnten Nutzen aus einer Modetherapie ziehen. Eine Art therapeutischer Umgang mit Kleidung ist der Designwettbewerb „Haftcouture“. Die Teilnehmerinnen konnten Gedanken und Gefühle zur Haftsituation in ihren Entwürfen ausdrücken, verbildlichen und auf nonverbale Weise verarbeiten.

Machtkonstruktion durch Kleidung im Gefängnis

Durch Kleidung kann Macht konstituiert und demonstriert werden. Dies geschieht durch die bedrohliche Wirkung bestimmter Kleidungsstücke oder durch Reglementierung des Kleidungsverhaltens unterlegener Menschen. Demütigung kann beim Zwang, missfallende Kleidung zu tragen, erfolgen.

126 Vgl. Davis, Self-Monitoring, 1985, S. 177.

127 Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 32f.

128 Vgl. Loschek, Mode, 1991, S. 63.

129 Wiederkehr-Benz, Sozialpsychologische Funktionen, 1973, S. 37.

130 Blumer, From Class Differentiation, 2007, S. 240.

Mit Strafmechanismen und Machtverhältnissen in Gefängnissen beschäftigten sich der französische Sozialphilosoph Michel Foucault¹³¹ und der US-amerikanische Soziologie Erving Goffman¹³² in einigen ihrer Werke.

Foucault und die Disziplinierung des gefangenen Körpers

Michel Foucault geht von einem Zusammenhang zwischen Macht, Wissen und dem Körper als Objekt aus. Der Körper eines Gefangenen wird geprägt, geformt und instrumentalisiert, um Macht bzw. Wissen auszudrücken, anzuwenden oder zu untersuchen.¹³³ In seinem Werk „Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses“ aus dem Jahr 1975 beschreibt Foucault, wie Kriminelle und ihre Körper beobachtet, kontrolliert und diszipliniert werden. Laut Foucault dient dies der Effizienzsteigerung der Machtausübung des Staats- und Strafapparates.¹³⁴ Das Strafziel ist, Besserung¹³⁵ und zu erreichen und das Verhalten der Straftäter zu normalisieren, indem auf den Körper eingewirkt wird.¹³⁶ Dies geschieht mittels Reglementierungen, Demütigungen und Verboten auf subtile Weise. Der Institution Gefängnis wird Herrschaftswissen und dadurch Macht verliehen:¹³⁷ „Es setzte ein umfassendes Macht/Wissenschaftssystem unmittelbar an den Körpern der an einem Ort versammelten Delinquenten ein.“¹³⁸ Techniken wie die geregelte Anordnung der Gefangenen im Raum unter Ausschluss der Öffentlichkeit,¹³⁹ „Dressur durch Arbeit“,¹⁴⁰ deren „Zwangscharakter“ durch eine geringe Entlohnung kaschiert wird, zählen ebenso wie ein exakt durchgeplanter Tagesablauf zu den Dressurmethoden.¹⁴¹ Eine Wiederholung der Tat soll vermieden¹⁴² und die psychische Disposition der Täter berücksichtigt werden.¹⁴³ Foucault sieht

131 Gelebt 1926 – 1984.

132 Gelebt 1922 – 1982.

133 Entwistle, *Addressing the Body*, 2007, S. 281.

134 Vgl. Ruffing, Reiner: Michel Foucault. Paderborn: W. Fink Verlag, 2008, S. 24.

135 Vgl. Foucault, *Überwachen und Strafen* 2007, S. 36.

136 Vgl. Entwistle, *Addressing the Body*, 2007, S. 281f.

137 Vgl. Ruffing, Foucault, 2008, S. 24.

138 Ebd. S. 61.

139 Vgl. Foucault, *Überwachen und Strafen*, S. 181.

140 Ebd. S. 302.

141 Vgl. ebd.

142 Vgl. Ruffing, Foucault, 2008, S. 60.

143 Vgl. Foucault, *Überwachen und Strafen*, 2007, S. 27-29.

das Gefängnis als ungeeignetes Strafinstrument an.¹⁴⁴ Er kritisiert den Disziplinarzwang und die Willkür der Beamten¹⁴⁵, die nicht zu Besserung, sondern zu einer Pathologisierung der Kriminalität beitragen.¹⁴⁶

Der reglementierte Umgang mit Kleidung in Haft zählt zu den kleineren Dressur- und Unterwerfungsmethoden. Die Grenzen zwischen Körper und Kleidung verschwimmen im Alltagsempfinden der Inhaftierten.¹⁴⁷ Der Zwang zum Tragen ausgegebener Kleidung ist gemäß der Rückwirkung des Äußeren auf das innere Empfinden ein körperlicher und seelischer Züchtigungsmechanismus, der den Ausdruck persönlicher und sozialer Identität behindert, was zu Verunsicherungen führen kann. Kleidung wird zum „signifier“ der Macht der Gefängnisse und ihres Personals, auch, indem¹⁴⁸ Kriminalität sichtbar verkörpert wird.¹⁴⁹ In der JVA Aichach greifen diese Mechanismen weniger stark, da Privatkleidung in Maßen erlaubt ist. Die Stigmatisierung der Gefangenen existiert dennoch in Form der Kleiderordnung.

Goffman „Totale Institution“ im 21. Jahrhundert: Definition und Merkmale

Haverkamp verweist auf Goffmans berühmte terminologische Bestimmung der totalen Institution:

„Eine totale Institution läßt sich als Wohn- und Arbeitsstätte einer Vielzahl ähnlich gestalteter Individuen definieren, die für längere Zeit von der übrigen Gesellschaft abgeschnitten sind und miteinander ein abgeschlossenes, formal reglementiertes Leben führen. Ein anschauliches Beispiel sind Gefängnisse [...]“¹⁵⁰

Weitere Merkmale totaler Institutionen sind die Aufhebung einer Trennung einzelner Lebensbereiche,¹⁵¹ die von derselben Autorität bestimmt werden,

¹⁴⁴ Vgl. ebd. S. 340.

¹⁴⁵ Vgl. ebd. S. 342.

¹⁴⁶ Vgl. ebd. S. 341f.

¹⁴⁷ Vgl. 5.3.1.

¹⁴⁸ Vgl. Ash, *Prison Clothing*, 2010, S. 2.

¹⁴⁹ Vgl. ebd. S. 139.

¹⁵⁰ Goffman, *Asyle*, 1973, S. 11.

¹⁵¹ Vgl. Goffman, *Asyle*, 1973, S. 17.

ein exakt festgelegter, Tagesablauf und „Zwangstätigkeit“,¹⁵² die angeblich den offiziellen Zielen der Institution dient. Die Gefangenen werden überwacht, verlieren mit Haftantritt ihre Identität¹⁵³ und sind „Prozeduren der Entpersönlichung“¹⁵⁴ gelten.

In totalen Institutionen erfolgt eine Trennung zwischen der großen Gruppe der Gefangenen und der kleinen Gruppe des Vollzugspersonals. Das Personal ist sozial in die freie Gesellschaft integriert, während die Insassen nur eingeschränkten Kontakt zur Außenwelt haben.¹⁵⁵ Aufgrund dieser fehlenden Integration können die Gefangenen mit manchen sozialen Veränderungen nicht Schritt halten und müssen bestimmte Rollen, die sie vor ihrer Haft innehatten, für immer aufgeben. Goffman bezeichnet dieses Phänomen als „bürgerlichen Tod“.¹⁵⁶

Zu den sozialen Veränderungen, welche die inhaftierten Frauen nicht zeitgleich mit ihrem Auftreten wahrnehmen und miterleben können, zählt die Mode. Sie können Modetrends zwar in den Medien verfolgen, jedoch höchstens halbjährlich in ihr eigenes Leben integrieren. Da nur bestimmte Kleidungsstücke erlaubt sind, sind die Möglichkeiten, modisch Schritt zu halten, begrenzt. Einige Rollen, die mit Kleidung verknüpft sind, müssen in Haft aufgegeben werden. Die Ehefrau, die den Pullover ihres Mannes in der JVA trägt, ist ein Beispiel für das Festhalten an der Rolle als Gattin und Mutter.

Distanz zwischen der Gruppe der Insassinnen und der des Personals wird optisch mithilfe der Uniformen, die die Beamtinnen tragen müssen, geschaffen. Dabei tragen alle dieselbe Uniform, was sie als Gruppe kennzeichnet und ihre Autorität fördert.¹⁵⁷ Diese Handhabung begrüßen Insassinnen und Beamtinnen gleichermaßen.¹⁵⁸

152 Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 129.

153 Vgl. ebd.

154 Ebd.

155 Vgl. ebd. S. 18.

156 Ebd. S. 25.

157 Vgl. Kap. 6.

158 Vgl. Interview, Z. 392-397.

Entwürdigung durch Entkleidungsprozesse in totalen Institutionen

„Die Aufnahme-prozedur kann als ein Ent- und Bekleiden gekennzeichnet werden, wobei der Mittelpunkt physische Nacktheit ist. [...] Sobald dem Insassen seine persönliche Habe genommen ist, muß zumindest einiges durch die Anstalt ersetzt werden [...], so als sollten sie von allen Spuren der Identifikation gereinigt werden.“¹⁵⁹

Die Gefangenen werden durch die Kleiderabgabe entwürdigt, denn Kleidung ist „ein Stück weit Persönlichkeit.“¹⁶⁰ Zudem ist das Aufnahmeritual laut Goffman demütigend und identitätsbedrohend.¹⁶¹ Viele Demütigungen dienen der Rationalisierung und sind nicht primär als Erniedrigung der Inhaftierten gedacht.¹⁶² Dennoch verringern sie die Autonomie der Insassinnen und führen zu deren Infantisierung.¹⁶³

Merkmale der Uniformität bei Kleidung

Das Phänomen der Uniformität¹⁶⁴ von Kleidung – mit Uniformen als stärkster Ausprägung – ist im Gefängnis allgegenwärtig. Uniformität bezeichnet in diesem Zusammenhang Einheitlichkeit des äußeren Erscheinungsbildes aufgrund ähnlicher Kleidung. Homogenität ist relativ und es hängt von erlernten Erfahrungen ab, ob eine Gruppe von Menschen trotz bestimmter Abweichungen der Kleidung als uniform gekleidet empfunden wird.¹⁶⁵

In der JVA Aichach tritt Uniformität in verschiedenen Bereichen in Erscheinung. Die Beamtinnen tragen die gleiche Uniform,¹⁶⁶ sind also uniform gekleidet und können sich höchstens durch kleine Accessoires optisch von Kolleginnen absetzen. Ebenso verhält es sich mit der Anstaltskleidung. Farbgebung und Abnutzungszustand variieren; Einheitlichkeit wird dennoch

¹⁵⁹ Goffman, Asyle, 1973, S. 29.

¹⁶⁰ Interview, Z. 271f.

¹⁶¹ Vgl. Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 129.

¹⁶² Vgl. Goffman, Asyle, 1973, S. 52.

¹⁶³ Vgl. Ash, Prison Clothing, 2010, S. 180; Haverkamp, Frauenvollzug, 2011, S. 130.

¹⁶⁴ Die etymologische Herkunft des Wortes Uniformität liegt im lateinischen *uniformis*: gleichförmig, einförmig.

¹⁶⁵ Vgl. ebd.

¹⁶⁶ Vgl. Interview, Z. 398f.

erreicht. Modische Neuerungen spielen nur eine geringe Rolle, da sie nur sehr langsam umgesetzt werden können. Es bedarf eines enormen organisatorischen und finanziellen Aufwandes, sämtliche Uniformen und Anstaltskleidungsstücke einheitlich umzugestalten. Die Vorgaben, die den Besitz der privaten Kleidung der inhaftierten Frauen regeln, führen zu einer schwächer ausgeprägten Form einheitlichen Aussehens, die sich auf die Art der Kleidungsstücke und deren Beschaffenheit beschränkt. Kleiderordnungen werden häufig als repressiv empfunden; die Begriffe „Uniformität“ und „Uniform“ sind sowohl im Duden als auch im Alltagssprachlichen Gebrauch negativ konnotiert.¹⁶⁷ Uniforme Kleidungsweisen werden als Gegenpart zu Mode und zu individueller Ausdrucksfreiheit gesehen.¹⁶⁸ Sie können aber auch entlastend wirken.¹⁶⁹ Die Einzelne muss sich nicht entscheiden, was sie tragen soll, sondern passt sich den Vorgaben der betreffenden Instanz oder Gruppe an. Dadurch ist sie als deren Mitglied identifizierbar und hat die Möglichkeit, sich hinter der Kleidung, also auch hinter der Gruppe, zu verstecken und die Verantwortung für ihr Handeln an das Kollektiv abzugeben.¹⁷⁰ Des Weiteren stärkt einheitliche Kleidung Gruppenidentität¹⁷¹ und dient der Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen.¹⁷²

Uniformität bei den inhaftierten Frauen

Die positiven Aspekte uniformer Bekleidung werden, was die Anstaltskleidung betrifft, von den Insassinnen nicht wahrgenommen. Nur zwei der Befragten können sich vorstellen, Anstaltskleidung zu tragen, um sich nicht von den Mitgefangenen zu unterscheiden. Im Gegensatz dazu würde es elf Frauen stören, sich in Anstaltskleidung äußerlich nicht abzuheben. Vorgeschriebene Uniformität wird als negativ und repressiv empfunden, sofern diese die Gefangenen selbst betrifft. Die Uniformierung der Beamtinnen bewerten jedoch

¹⁶⁷ Vgl. Mentges Gabriele/ Richard, Birgit: Schönheit der Uniformität. Zur kulturellen Dynamik von Uniformierungsprozessen. In: Gabriele Mentges und Birgit Richard (Hrsg.): Schönheit der Uniformität.

Körper, Kleidung, Medien. Frankfurt/ New York: Campus Verlag, 2005, S.17.

¹⁶⁸ Vgl. ebd. S. 18.

¹⁶⁹ Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 43; Loschek, Mode, 1991, S. 58.

¹⁷⁰ Vgl. Sommer, Die Mode, 1991, S. 43.

¹⁷¹ Vgl. Loschek, Mode, 1991, S. 97.

¹⁷² Vgl. Sommer, Die Mode, 191, S. 36.

80,5% der befragten Frauen als neutral oder positiv. 54,3% gehen davon aus, dass sich etwas ändern würde, wenn die Beamtinnen keine Uniformen tragen würden. An negativen Konsequenzen werden vor allem mangelnde Distanz, respektloses Verhalten der Insassinnen gegenüber dem Personal und die Grenzüberschreitungen befürchtet.

Uniformierung der Beamtinnen

Uniformen werden nach dem Soziologen Nathan Joseph folgendermaßen definiert:

„[Eine Uniform ist die] Kleidung einer Organisation mit den für sie distinkten Kennzeichen, die je nach Kontext unterschiedlich gelesen werden können. Insofern dient sie der Kommunikation innerhalb der Organisation sowie der mit Außenstehenden.“¹⁷³

Häufig besteht eine Verbindung der jeweiligen Instanz zum Staat.¹⁷⁴ Die vorgeschriebene uniforme Kleidung wird mit Autorität, Hierarchie, Verhaltensregeln und Strafsystemen in Verbindung gebracht.¹⁷⁵

Gleichartiges Aussehen wirkt sich auf das Kollektivverhalten der Gruppe und das Verhalten ihrer einzelnen Mitglieder aus. Die Identifikation mit der Gruppe des Anstaltspersonals und die Abgrenzung gegenüber der Gruppe der Insassinnen werden erleichtert, die Uniformierte als Teil der übergeordneten Instanz „Staat“ geschützt.¹⁷⁶ Soziale oder kulturelle Unterschiede verschwinden mit dem Anlegen der Uniform zugunsten der Zugehörigkeit zur JVA.¹⁷⁷

Rollenübernahme im Sinn der Organisationsziele

Nach dem Prinzip der Rückwirkung der Kleidung auf ihren Träger verstärken Uniformen das Autoritätsgefühl. Ziele einer Organisation können leichter durchgesetzt werden, wenn ein Mitglied der Organisation als solches

¹⁷³ Joseph Nathan zitiert nach: Mentges, Schönheit der Uniformität, 2005, S. 8.

¹⁷⁴ Vgl. Petrascheck-Heim, Sprache der Kleidung, 1988, S. 86.

¹⁷⁵ Vgl. Craik, Jennifer: Fashion. The Key Concepts. Oxford (u.a.): Berg, 2009, S. 149.

¹⁷⁶ Wiederkehr-Benz, Sozialpsychologische Funktionen, 1973, S. 143.

¹⁷⁷ Vgl. Joseph, Uniforms, 1986, S. 79.

erkennbar ist und damit bestimmte Rollenerwartungen an sein Verhalten gestellt werden können.¹⁷⁸

Den Beamtinnen der JVA Aichach müsste es demnach in Uniform leichter fallen, Autorität gegenüber den Insassinnen zu bewahren. Allein aufgrund der optischen Erscheinung gehen die Insassinnen von einem Verhalten aus, das dem eines Vertreters der JVA und ihrer Regeln entspricht. Diese Erwartungshaltung trägt dazu bei, dass die Beamtin motiviert wird, ihrer Rolle als Vollzugsbeamtin gemäß zu handeln.

Kommunikation durch Uniformen

Die Bedeutung von Uniformen ist relativ gut zu erkennen, da Inhalte und Zeichen vorgeschrieben sind. Diese sind nicht Jedem bekannt, ermöglichen aber meistens eine grobe Zuordnung.¹⁷⁹ In der JVA Aichach ist die Deutung der Kleiderzeichen einfach. Da grün als die Farbe, in der Polizeiuniformen gehalten sind, den meisten Frauen in ihrem Symbolgehalt bekannt ist, dürfte es nur selten zu Fehlinterpretationen des Bedeutungsgehalts der Uniformen kommen. Je nachdem, ob eine Organisation in einer Situation positiv oder negativ bewertet wird, wird auch der Uniformenträger positiv oder negativ wahrgenommen. Obwohl die meisten Insassinnen Uniformen beim Personal befürworten, kommt es am ersten Tag in der JVA immer wieder zu Konflikten, wenn die neu angekommenen Frauen in der Kammer auf die uniformierten Beamtinnen treffen:¹⁸⁰

„Also speziell für die Kammer wäre es manchmal einfacher, wir hätten keine Uniform, was den Umgang mit dem Inhaftierten, der im Moment zu uns kommt, schon manchmal wahrscheinlich erleichtern würde.“ (Interview, 387ff) „Die haben schon ein schlechtes Erlebnis unter Umständen mit der Polizei [...]. Wir tragen dann die gleiche Uniform. Da gibt's schon manchmal große Spannungen.“¹⁸¹

178 Vgl. ebd. S. 66.

179 Vgl. Mentges, Angst vor Uniformität, 2005, S. 22.

180 Vgl. Interview, Z. 95-98.

181 Interview, Z. 95-98.

Abgesehen von der Kammer befürwortet die Beamtin Uniformen in der JVA, um die Zuordnung zu den beiden Gruppen „Insassin“ und „Beamtin“ optisch sichtbar zu machen.¹⁸²

Kleidung und Mode im Gefängnis – Diskussion und Ausblick

Abschließend kann festgestellt werden, dass Justizvollzugsanstalten eine modefeindliche Umgebung darstellen. Der Besitz eigener Kleidung wird streng kontrolliert und reglementiert, Anstaltskleidung erfüllt eher praktische als ästhetische Ansprüche. Trotz der alltagsnahen Gestaltung behält sie nach Meinung der Gefangenen einen demütigenden Charakter. Die kreative Kombination verschiedener Kleidungsstücke ist aufgrund der geringen Anzahl an Kleidungsstücken, die in Haft besessen werden darf, nur schwer möglich. Modetrends werden hauptsächlich durch die Medien, gelegentlich bei Besuchen oder Ausführungen wahrgenommen, können dann aber erst mit Zeitverzögerung umgesetzt werden, wenn der halbjährliche Austausch der privaten Kleidung ansteht. Dennoch gibt es Modeerscheinungen in der JVA Aichach. Das Interesse an Mode und dem eigenen Aussehen ist unter den Frauen stark ausgeprägt, wenn es auch mit Haftantritt im Vergleich zur Bedeutung vor der Haft, sinkt. Frisur und Make-up sind den meisten Befragten wichtig, vielleicht auch, weil sie bei der Gestaltung ihrer Haare und ihres Gesichts über größere Freiheit verfügen als bei der Auswahl ihrer privaten Kleidungsstücke oder bei der Abänderung der Anstaltskleidung. Größtenteils werden die Europäischen Strafvollzugsgrundsätze von 2006 und auch die Forderungen des Assessors Michael Köhne¹⁸³ in die Tat umgesetzt. Private Kleidung wurde vom Anstaltsleiter genehmigt, die Frauen erhalten einen Teil ihrer eigenständigen Lebensführung aufrecht, indem sie selbst für die Pflege ihrer eigenen Kleidung verantwortlich sind. Dadurch wird einer Infantisierung, wie sie Goffman beschreibt, entgegengewirkt.

Es wurden verschiedene Funktionen und Bedeutungen von Kleidung und Mode in der JVA Aichach erläutert, die alle einen Stellenwert im Alltagsleben

¹⁸² Vgl. ebd. Z. 392.

¹⁸³ Vgl. Köhne, Eigene Kleidung, 2003, S. 60f.

Inhaftierung und Ausgeschlossenheit aus der freien Gesellschaft auftraten, konnten auf Papier gebracht werden. Derartige Projekte sind zu befürworten, um Prisonierungseffekte durch Kleidung möglichst gering zu halten und Anteilnahme am Lebensbereich Mode zu ermöglichen.

Obwohl der Gefangenenkörper im deutschen und bayerischen Strafsystem immer noch zugunsten der Machtausübung des Gefängnisapparates diszipliniert und instrumentalisiert wird, ist uneingeschränkte Kritik an dieser Praxis nicht angebracht. Wie das Interview mit der zuständigen Kammerbeamtin zeigt, ist das Personal in Bezug auf dieses Thema sensibilisiert und bemüht sich, unvermeidbare Prozeduren wie den Entkleidungsprozess zu Beginn der Haft so angenehm wie möglich zu gestalten. Da einige Bestimmungen dem regelgerechten Ablauf des Vollzugs dienen, stellt sich die Frage, ob sich Instrumentalisierung vermeiden lässt oder ein zwangsläufiges Resultat der effizienten Verwaltung und Organisation des Strafvollzugs ist. Anstatt das bestehende System in einer vergleichsweise vorbildhaften Anstalt zu bekämpfen, könnten Maßnahmen ergriffen werden, um dem Wunsch der Insassinnen nach einem freieren Kleidungsverhalten mehr Platz zu geben. Da sich die nicht vorhandene Trennung einzelner Lebensbereiche in Haft in der Kleidung widerspiegelt, ist dem bayerischen Staat anzuraten, die gesonderte Freizeitoberbekleidung, die das deutsche Strafvollzugsgesetz fordert,¹⁸⁷ wieder einzuführen. Anstaltskleidung könnte attraktiver gemacht werden, indem den gefangenen Frauen verschiedene Schnitte und Farben zur Auswahl gestellt werden. Dies erhöht das Gefühl der Selbstbestimmung und beugt gleichzeitig einer Stigmatisierung der Frauen vor, die ausschließlich Anstaltskleidung zur Verfügung haben. Der organisatorische Aufwand, die ausgegebene farb- und schnittspezifische individualisierte Kleidung in der anstaltseigenen Wäscherei zu säubern, wäre groß. Würde die Pflege der Anstaltskleidung¹⁸⁸ den Frauen selbst überlassen, würde dies positiv im Sinn einer Übernahme von Verantwortung und Angleichung an die freie Gesellschaft wirken und der Anstaltskleidung einen höheren Wert zusprechen. Es müssten zwar zusätzliche Waschgelegenheiten geschaffen werden, gleichzeitig würden sich personelle Einsparungen erge-

187 Vgl. § 20, Abs. 1, S. 2, StVollzG. In: Arloth, Strafvollzug, 2011, S. 111.

188 Den Insassen könnten zwei Garnituren an Anstaltskleidung ausgegeben werden.

der inhaftierten Frauen einnehmen. Sowohl subjektive¹⁸⁴ als auch objektive Funktionen werden erfüllt, wobei beispielsweise die Ritualfunktion der Anstaltskleidung eher als Dysfunktion bezeichnet werden sollte, da sie die Anpassungsleistung der Gruppe der inhaftierten Frauen „an [ihre] Umwelt“ nicht positiv fördert.¹⁸⁵

Entgegen der Erkenntnisse führender Anthropologen existiert zwar eine Schmuckfunktion von Kleidung in der JVA Aichach, Scham und Schutz sind jedoch vorherrschende Motive für das Kleidungsverhalten in Haft. Besonders die von Flügel erläuterte psychische Schutzfunktion der eigenen Kleidung scheint von großer Bedeutung zu sein, wenn es darum geht, sich in den Haftalltag einzufügen und dennoch bestimmte soziale Rollen und Identitätszuschreibungen aufrecht zu erhalten. Kommunikation durch Kleidung ist nur begrenzt möglich und auf simple und eindeutige Kleiderbotschaften beschränkt.¹⁸⁶ Dies hat zum Vorteil, dass ein Auftreten des Halo-Effekts bei Ankunft einer neuen Insassin oder bei der Konfrontation mit Vollzugsbeamtinnen unwahrscheinlich ist. Die meisten befragten Frauen vermissen bestimmte Kleidungsstücke und fühlen sich nur unzureichend mit privater Kleidung ausgestattet. Sie können somit auch nur eingeschränkt ihre modische Kreativität ausleben. Diese bahnt sich dennoch ihren Weg, indem zum Beispiel Anstaltskleidung geringfügig verändert oder nach eigens aufgestellten Kriterien kombiniert wird. Da vor allem junge Insassinnen das Gefühl haben, ihr Äußeres seit Haftbeginn zu vernachlässigen, könnten sie die geeignete Zielgruppe für modetherapeutische Projekte sein. Modeinteresse, Unzufriedenheit mit der gegenwärtigen Kleidungssituation und unvermeidbare Prisonierungseffekte sind vorhanden, weswegen eine Therapie, die mit dem Gesetz der psycho-physischen Umkehrung arbeitet, Erfolg verspricht. Als positive Maßnahme ist das Projekt „Haftcouture“ zu bewerten. Im Rahmen des Wettbewerbs konnten die Teilnehmerinnen kreativ tätig sein und das Bedürfnis nach einer freieren Kleidungswahl, zumindest zeichnerisch, befriedigen. Negative Gedanken und Gefühle, die infolge der

¹⁸⁴ Als subjektive Funktion gilt beispielsweise die Erinnerungsfunktion.

¹⁸⁵ Dimbath, Einführung, 2011, S. 228.

¹⁸⁶ Eine Frau in Anstaltskleidung ist ein potentieller Neuankömmling, eine Frau in Uniform Beamtin.

ben. Ein höherer Grad an Autonomie könnte auch durch eine Änderung des Systems zum Erwerb neuer Kleidung geleistet werden. Würden die verfügbaren textilen Produkte in einem Katalog aufgelistet, könnten die Gefangenen selbst auswählen und wären in dieser Hinsicht nicht von ihren Verwandten abhängig, aber gleichzeitig bedürfnisgerecht ausgestattet. Um Verwaltungsaufwand zu vermeiden, könnte sich eine „Modegruppe“ im Rahmen des Freizeitprogramms um die Erstellung eines solchen Katalogs für ihre Mitgefangenen kümmern. Ein erster, wenig aufwendiger Schritt zu einem menschlicheren und an den Ergebnissen der Untersuchung orientierten Vollzug der Haftstrafe wäre, den Beamtinnen, die in der Kammer arbeiten, zu gestatten, zivile Kleidung zu tragen. Die Kammer ist der einzige Ort, an dem weder die Insassen noch die Beamtinnen selbst die Uniformierung des Personal für sinnvoll befinden und gleichzeitig eine intime und identitätsbedrohende Prozedur stattfindet. Aus diesem Grund könnten aggressives oder gehemmtes Verhalten und Konflikte reduziert werden, sähen sich die Neuankömmlinge an dieser Stelle nicht gleich mit dem uniformierten Dienst konfrontiert.

Da Alter und Modeinteresse in dieser Erhebung die entscheidenden Variablen für Modeempfinden und Kleidungsverhalten der Studienteilnehmerinnen waren, ist hier ein Ansatzpunkt für weiterführende Forschungsprojekte gegeben. Eine statistische Auswertung der Ergebnisse sollte dazu erfolgen. Vergleiche mit anderen Frauenjustizvollzugsanstalten bieten sich an. Erhebungen in Männervollzugsanstalten durchzuführen, wäre ebenfalls anzuraten, um eine geschlechtsspezifische Diskriminierung und a priori aufgestellte Hypothesen zu vermeiden. Die Beschäftigung mit Mode und Kleidung im Gefängnis zeigt, dass die interdisziplinäre Auseinandersetzung mit den Bedeutungen und den Funktionen von Kleidermode im Gefängnis nicht nur aus wissenschaftlich theoretischer Perspektive erkenntnisreich ist. Dieses Thema ist auch für eine fortschrittliche Gestaltung des Strafvollzugs in der Praxis relevant, die allgemeine und individuelle Kleidungsbedürfnisse der Insassen und des Personals berücksichtigt, denn: „Kleidung ist [eben doch immer] ein Stück weit Persönlichkeit.“¹⁸⁹

189 Interview, Z. 271f.

Marion Einsiedler studierte an der Universität Augsburg Kunst- und Kulturgeschichte und Germanistik. Sie beschäftigte sich in ihrer Bachelorarbeit im Fach Europäische Ethnologie/Volkskunde mit dem Kanonthema „Mode- und Bekleidungsforschung“, nachdem sie im Rahmen einer Exkursion zum Thema „Mode und Soziales“ die JVA Aichach besucht hatte. Derzeit arbeitet die Masterstudentin als wissenschaftliche Hilfskraft im Bereich der Gesundheits- und Technikethnologie.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

- Arloth, Frank: Gesetz über den Vollzug der Freiheitsstrafe und der freiheitsentziehenden Maßnahmen der Besserung und Sicherung mit ergänzenden Bestimmungen (StVollzG). In: Frank Arloth: Strafvollzugsgesetz. Kommentar. München: Beck³, 2011, S. 9-595.
- Arloth, Frank: Bayerisches Gesetz über den Vollzug der Freiheitsstrafe, der Jugendstrafe und der Sicherungsverwahrung (BayStVollzG). In: Frank Arloth: Strafvollzugsgesetz. Kommentar. München: Beck, 2011, S. 731-836.
- Europarat: Ministerkomitee: Empfehlung Rec(2006)2 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten über die Europäischen Strafvollzugsgrundsätze, <<http://www.coe.int/t/DGHL/STANDARDSETTING/PRISONS/EPR/Rec%282006%292%20German%20version.pdf>>, (11.05.2013).
- Formblatt der Justizvollzugsanstalt Aichach: Hinweis für Paketzusender, erhalten am 21.01.2013 (Anhang, S. 65).
- Fragebogen Funktionen von Kleidung, ausgegeben am 18.02.2013 in der JVA Aichach (Anhang S. 84-90).
- Interview vom 25.02.2013 mit Frau Centa Kastl-Grieser, JVA Aichach (Anhang S. 67-83).
- Kastl-Grieser, Centa: Beschaffenheit und Stückzahl der Anstaltskleidung. Auszug aus einer E-Mail vom 21.01.2013.

Sekundärliteratur

- Ash, Juliet: Dress Behind Bars. Prison Clothing as Criminality. London: I.B. Tauris & Co, 2010.
- Barnard, Malcolm (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007.
- Blumer, Herbert: Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 232-246.
- Bubolz-Eicher, Joanne/ Roach, Mary Ellen: The Language of Personal Adornment. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 109-121.
- Campbell, Colin: When the Meaning is not a Message: A Critique of the Consumption as Communication Thesis. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 159-169.
- Carter, Michael: Fashion Classics from Carlyle to Barthes. Oxford: Berg, 2003.
- Craik, Jennifer: Fashion. The Key Concepts. Oxford (u.a.): Berg, 2009.
- Davis, Leslie/ Lennson, Sharron: Self-monitoring, Fashion Opinion Leadership, and Attitudes toward Clothing. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 177-183.
- Dichter, Ernest: Why We Dress the Way We Do. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 29-38.

- Dimbath, Oliver: Einführung in die Soziologie. München: Wilhelm Fink Verlag, 2011.
- Douglas, Susan/ Solomon, Michael: The Female Clotheshorse: From Aesthetics or Tactics? In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 387-410.
- Drake, Mary Frances/ Forsythe, Sandra/ Hogan, Jane: Influence of Clothing Attributes on the Perception of Personal Characteristics. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 267-278.
- Ebner, Claudia: Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur (Cultural Studies). Bielefeld: transcript Verlag, 2007.
- Entwistle, Joanne: Addressing the Body. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 273-291.
- Felshin, Nina: Clothing as Subject. In: Art Journal 54/1 (1995), S. 20-29.
- Flügel, John Carl: The Psychology of Clothes (Internat psycho-analytical libr; 18). London: Hogarth Press, 1950.
- Foucault, Michel: Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2007.
- Giannone, Antonella: Kleidung als Zeichen: Ihre Funktion im Alltag und ihre Rolle im Film westlicher Gesellschaften. Eine kultursemiotische Abhandlung (Body – Sign – Culture; 15). Berlin: Weidler Buchverlag, 2005.
- Goffman, Erving: Asyl. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1973.
- Haverkamp, Rita: Frauenvollzug in Deutschland. Eine empirische Untersuchung vor dem Hintergrund der Europäischen Strafvollzugsgrundsätze (Strafrecht und Kriminologie; 18). Berlin: Duncker & Humblot, 2011.
- Hollander, Anne: Sex and Suits. New York: Alfred A. Knopf, 1994.
- Holliday, Ruth: The Comfort of Identity. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 318-333.
- Joseph, Nathan: Uniforms and Nonuniforms. Communication through Clothing (Contributions in Sociology; 61). New York (u.a.): Greenwood Press, 1986.
- Köhne, Michael: Eigene Kleidung im Strafvollzug. In: Zeitschrift für Rechtspolitik 36/2 (2003), S.60f.
- Lamb, Jane/ Mulready, Patricia: Cosmetics Therapy for Female Chemotherapy Patients. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 255-264.
- Loschek, Ingrid: Mode. Verführung und Notwendigkeit. Struktur und Strategie der Aussehensveränderungen. München: Bruckmann, 1991
- Mentges, Gabriele/ Richard, Birgit (Hrsg.): Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Frankfurt/ New York: Campus Verlag, 2005.
- Mentges Gabriele/ Richard, Birgit: Schönheit der Uniformität. Zur kulturellen Dynamik von Uniformierungsprozessen. In: Gabriele Mentges und Birgit Richard (Hrsg.): Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Frankfurt/ New York: Campus Verlag, 2005, S. 7-17.
- Mentges, Gabriele: Die Angst vor der Uniformität. In: In: Gabriele Mentges und Birgit Richard (Hrsg.): Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Frankfurt/ New York: Campus Verlag, 2005, S. 17-43.
- Morris, Desmond: Der Mensch, mit dem wir leben. Ein Handbuch unseres Verhaltens. München: Knaur, 1978.
- Pape, Cora von: Kunstkleider. Die Präsenz des Körpers in textilen Kunst-Objekten des 20. Jahrhunderts. Bielefeld: transcript Verlag, 2008 (Köln Univ. Diss., 2007).
- Petrascheck-Heim, Ingeborg: Die Sprache der Kleidung. Wesen und Wandel von Tracht, Mode, Kostüm und Uniform. Baltmannsweiler: Pädag. Verl. Burghücherei Schneider², 1988.
- Roderer, Ursula: Mode als Symbol. Ein interaktionistischer Ansatz zur Bedeutung der Mode für Altersgruppen (Theorie und Forschung; 8; Soziologie; 2). Regensburg: S. Roderer Verlag, 1986.
- Rosencranz, Mary-Lou: Clothing Concepts. A Social-Psychological Approach. New York: MacMillan Company, 1972.
- Rouse, Elizabeth: Why Do People Wear Clothes? In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A

Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 122-125.

Ruffing, Reiner: Michel Foucault. Paderborn: W. Fink Verlag, 2008.

Solomon, Michael (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985.

Sommer, Carlo/ Wind, Thomas: Die Mode. Wie das Ich sich darstellt. Weinheim/ Basel: Beltz, 1991.

Sproles, George: Behavioral Science Theories of Fashion. In: Michael Solomon (Hrsg.): The Psychology of Fashion. Lexington (u.a.): Lexington Books, 1985, S. 55-70.

Wiederkehr-Benz, Katrin: Sozialpsychologische Funktionen der Kleidermode. Zürich: Juris Druck + Verlag Zürich, 1973 (Zürich Univ. Diss., 1973).

Wilson, Elizabeth: Explaining it away. In: Malcolm Barnard (Hrsg.): Fashion Theory. A Reader. London (u.a.): Routledge, 2007, S. 15-24.

Internetliteratur

Arbeitsbetriebe der bayerischen Justizvollzugsanstalten - Service- und Koordinierungsstelle:

Hauptsache: Haftsache, < <http://www.haftsache.de>>, (10.05.2013).

Krames, Wilfried (StMJV): „Haftcouture“ – Ein spannender Wettbewerb. Bayerische Häftlinge machen Mode, <<http://www.jva.de/aktuelles/2009-09-24>>, (09.05.2013).

Krames, Wilfried (StMJV): Zuständigkeiten der bayerischen Justizvollzugsanstalten, <<http://www.justizvollzug-bayern.de/JV/Anstalten/Zustaendigkeiten>>, (05.05.2013).

Simmel, Georg: Philosophie der Mode. (Philosophische Aufsätze; 10). Berlin: Suhrkamp, 1995
<<http://gutenberg.spiegel.de/buch/10/1>>, (13.05.2013).

Bubikopf und kurzer Rock

Mode und *Neue Frau* in der Werbeästhetik der 1920er Jahre

von Denise Ruisinger

„Ein Blick in eine illustrierte Zeitung vor fünfzehn, vor zwanzig Jahren, und man schrickt heute schon auf. Wirklich, so gingen Frauen gekleidet, so eingemummt und aufgetürmt, so lächerlich überladen, so mittelalterlich vermauert und verschnürt? [...] Aus diesen in Korsette geschnürten, bis zum Hals mit gefältelem Tuch verschlossenen, mit Röcken und Unterröcken behafteten, aus diesen beinlosen, künstlich bienenhaft taillierten und auch in jeder Regung und Bewegung künstlichen Wesen, aus dieser historischen Frau von vorgestern ist innerhalb einer einzigen raschen Generation die Frau von heute geworden, mit ihrem hellen, offenen Leib, dessen Linie das leichte Kleid nur wie eine Welle klar überfließt [...]“¹

Die *Neue Frau* war, wie der Name bereits anzeigt und der Ausschnitt aus Stefan Zweigs Beitrag zu der 1929 erschienenen Essaysammlung „Die Frau von morgen“ deutlich vor Augen führt, eine als revolutionär empfundene Erscheinung. Dabei war es insbesondere der diametrale Wandel der weiblichen Kleidungskonventionen, der sich zwischen Kaiserreich und Weimarer Republik vollzog, der in der zeitgenössischen Wahrnehmung als Kennzeichen dieses neuen Frauentypus gedeutet wurde.² Hierdurch rückte die Mode der zwanziger Jahre an prominente Stelle, galt es doch, Frauen in der Öffentlichkeit als *Neue Frau*, als Vertreterin dieser „gesellschaftlichen Aufbruchphantasie“³ der Weimarer Republik zu identifizieren. Die Werbung nahm bei diesem Prozess der vestimentären und phänotypischen Festschreibung eine zentrale Rolle

1 Stefan Zweig, *Zutrafen zur Zukunft*, in: Friedrich M. Huebner (Hg.), *Die Frau von morgen*, Leipzig 1929, S. 7-17, hier S. 8f.

2 Vgl. hierzu Gesa Kessemeier, *Sportlich, sachlich, männlich. Das Bild der ‚Neuen Frau‘ in den Zwanziger Jahren. Zur Konstruktion geschlechtsspezifischer Körperbilder in der Mode der Jahre 1920 bis 1929*, Dortmund 2000, S. 27 und Peter Schmerenbeck, *Die ‚Neue Frau‘. Überlegungen zum modischen Wandel der Zwischenkriegszeit*, in: Uwe Meiners (Hg.), *Korsetts und Nylonstrümpfe. Frauenwäsche als Spiegel von Mode und Gesellschaft zwischen 1890 und 1960*, Oldenburg 1994, S. 49-74, hier v.a. S. 52f.

3 Kessemeier: *Körperbilder*, 2000, S. 18.

ein. Dennoch ist fraglich, welche Folgen diese Entwicklung, insbesondere in Hinblick auf das theoretische Konzept der *Neuen Frau* nach sich zog. Diese Überlegung steht im Mittelpunkt der folgenden Ausführungen, die auf Basis einer kursorischen Darstellung des ideellen Konzeptes der *Neuen Frau* dessen etwaige Aushöhlung in der zeitgenössischen Werbung anhand einer beispielhaften Analyse der Werbeanzeigen der Karlsruher Toiletteseifen-Fabrik Wolff & Sohn für deren Seife Kaloderma untersuchen,⁴ wobei zugleich die Relation zwischen Mode und Werbung in den Blick genommen wird.⁵

„Wer ist das, die Neue Frau?“⁶ – Theoretische Entwürfe der *Neuen Frau*

Die Wurzeln des ideellen Konzeptes der *Neuen Frau* lagen in der Frauenbewegung des 19. und frühen 20. Jahrhunderts, deren Ziel unter anderem die Gleichberechtigung der Geschlechter und die politische Teilhabe von Frauen war, was zu dieser Zeit jedoch „emanzipative Utopie“ und „Wunschvorstellung“ war.⁷ Als mit Ende des Ersten Weltkrieges und Gründung der Weimarer Republik eine neue demokratische Gesellschaftsordnung geschaffen wurde, Frauen das aktive und passive Wahlrecht erhielten und die geschlechtliche Gleichstellung in der Verfassung verankert war,⁸ schien die damalige Utopie Wirklichkeit geworden zu sein.⁹ Infolgedessen kam es zu einer grundlegenden Weiterentwicklung des Konzepts der Neuen Frau, die jedoch die Gleichstellung und politische Teilhabe der Frau als gegeben

4 Dieser Quellenbestand eignet sich in hohem Maße für eine solche Analyse, da es sich bei dem Produkt Seife um ein Massenkonsumgut handelte und die Firma sowohl in Hochglanz als auch Tageszeitungen inserierte. Darüber hinaus war die Mode nicht zentraler Bestandteil der Anzeigen; stattdessen floss deren konventionelle Rezeption in das transportierte Frauenbild ein.

5 Die Erschließung und Analyse der Berührungspunkte zwischen Werbe- und Kulturgeschichte gewannen in der Forschung zuletzt deutlich an Popularität und so widmen sich sowohl Museumsausstellungen als auch geschichtswissenschaftliche Publikationen diesem Themenfeld.

6 Alexandra Kollontai, *Die neue Moral und die Arbeiterklasse*, Historische Texte von Frauen Bd. 3, Münster 1977, S. 7.

7 Vgl. Kessemeier: *Körperbilder*, 2000, S. 26.

8 S. Art. 109, Abs. 2 u. Art. 119 der Deutschen Reichsverfassung vom 11.8.1919, Verfassung: Deutsches Reich, 11.8.1919, <<http://www.dhm.de/lemo/html/dokumente/verfassung/index.html>>, zuletzt eingesehen am 18.9.2013. Vgl. auch Manfred Botzenhart, *Deutsche Verfassungsgeschichte 1806-1949*, Stuttgart 1993, S. 140f.

9 Eine Problematisierung dieses Verständnisses ist zu finden bei Ute Frevert, *Frauen-Geschichte. Zwischen Bürgerlicher Verbesserung und Neuer Weiblichkeit*, Frankfurt a.M. 1986, s. vor allem Kapitel III.1, *Der Erste Weltkrieg – Vater der Frauenemanzipation?*, S. 146-163.

voraussetzte und das Konzept mit konkreten Zuschreibungen verknüpfte.¹⁰ Dabei lassen sich zwei divergierende Richtungen ausmachen.¹¹ Die eine Richtung entwarf das Bild einer selbstständig agierenden und ledigen Frau als Prototyp der Neuen Frau, die sich willentlich von der Institution der Ehe abwandte und diese kategorisch zugunsten ihrer freien und unabhängigen Existenz ablehnte. Die andere Richtung bejahte die Ehe, sah diese unter dem Schlagwort der „Kameradschaftsehe“ als Ort der Realisation für die geschlechtliche Gleichberechtigung und propagierte – ähnlich der anderen, radikal feministischen Richtung¹² – weibliche Berufstätigkeit als Mittel zur Selbstständigkeit. Die wohl bekannteste Hauptvertreterin der ersten Richtung ist die Russin Alexandra Kollontai, die in gewissem Maße als Personifikation der *Neuen Frau* fungierte. Sie arbeitete als Schriftstellerin und Diplomatin, lebte über längere Zeiträume hinweg in Deutschland und stand in regem Kontakt zur dortigen Frauenbewegung.¹³ In dem von ihr skizzierten Bild der Neuen Frau dominieren Selbstverwirklichung und selbstbestimmte Sexualität, außerhalb des traditionell hierfür vorgesehenen Rahmens der Ehe, der als Ort der „Versklavung“¹⁴ abgelehnt wird. Stattdessen führt Kollontai das Ideal der ledigen Frau ein, die sich aus diesem Missstand befreit hat.

„Der Urtyp der Frau in der jüngsten Vergangenheit war die ‚Gattin‘, die Frau, die der Schatten des Mannes war, eine Beigabe, ein Anhängsel. Die ‚ledige Frau‘ hat aufgehört, diese untergeordnete Rolle zu spielen und nichts weiter als der Reflex des Mannes zu sein. [...] sie ist im Innern unabhängig und im Äußeren selbständig.“¹⁵

10 Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 27f. Fassbar wird diese Umdeutung sowohl im theoretischen als auch öffentlichen Diskurs, s. bspw. Elsa Herrmann, So ist die neue Frau, Hellerau 1929, Kollontai: Moral, 1977, Erik Ernst Schwabach, Die Revolutionierung der Frau, Leipzig 1928, Marianne Weber, Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919.

11 Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 27-31.

12 Vgl. ebd., S. 28. Annemarie Tröger spricht in diesem Fall auch von „feministischen Sozialistinnen“. Dies., Alexandra Kollontai, Zwischen Feminismus und Sozialismus, in: Alexandra Kollontai, Die Situation der Frau in der gesellschaftlichen Entwicklung, Fulda 1975, S. 243-264, hier S.245.

13 Vgl. Christiane Bauermeister, Notizen zu einer Biographie, in: Alexandra Kollontai, Der weite Weg. Erzählungen, Aufsätze, Kommentare (Hgg. u. mit Beiträgen v. Christiane Bauermeister/Helene Imen-dörffer/Krisztina Mánicse-Gyöngyösi), Frankfurt 1979, S. 223-235, hier S. 225-232.

14 Kollontai: Moral, 1977, S. 9.

15 Kollontai: Moral, 1977, S. 10. Anstatt des ehelichen Zusammenlebens propagiert Kollontai die selbstbestimmte Sexualität der Neuen Frau: „Die ‚Rebellion‘ der Frauen gegen die einseitige sexuelle Moral ist einer der schärfsten Züge [...] Freiheit des Gefühls, Freiheit in der Wahl des Geliebten“, S. 42f.

Das Leben der *Neuen Frau* sei nicht mehr definiert durch die Ehe und die damit einhergehende Selbstverleugnung. Ihr Selbstwertgefühl zöge sie nunmehr aus ihrer Berufstätigkeit.¹⁶ Denn das „Erwachen der Frau, das Heranreifen ihrer speziellen Bedürfnisse und Forderungen geht nur mit der Eingliederung der Frau in das Heer der selbständig arbeitenden Bevölkerung vor sich.“¹⁷ Die Ausübung eines Berufes diene dabei nicht nur als Mittel zum Gelderwerb, sondern auch als Weg zur Selbstverwirklichung.¹⁸

Als Vertreterinnen der zweiten Richtung sind die Frauenrechtlerin und Rechts-historikerin Marianne Weber und die Juristin Elsa Herrmann zu nennen, die beide der bürgerlichen Frauenbewegung nahestanden.¹⁹ Die *Neue Frau* sei, ähnlich des Konzepts Kollontais, primär gekennzeichnet durch den Willen zur Selbstentfaltung und Selbstständigkeit²⁰ und stehe damit in Gegensatz zur „früheren typischen Frau“, die „Hüterin, nicht Bildnerin der Sitte, Gefäß und Resonanz der sie umgebenden Geistigkeit, nicht eigene Melodie“ war.²¹ Konträr zu Kollontais Entwurf der „ledigen Frau“ schließen Autonomie und eigenständige Persönlichkeitsentwicklung die Ehe jedoch nicht aus. Vielmehr wird das Verhältnis der Ehegatten als Durchsetzungsort der neuen Geschlechterordnung angesehen. „Das ältere Ideal ließ [...] Raum für die Vorrechte und die Autorität des Mannes, für die grundsätzliche Unterordnung der Frau,“²² das neue Ideal stehe hingegen für die „Kameradschaftlichkeit der Gatten.“²³ Aufgrund der veränderten Relation der Ehepartner zueinander sei

16 Vgl. ebd. S. 27-30 u. S. 36: „Die Liebe hört auf, ihren einzigen Lebensinhalt zu bilden [...] wahrer Inhalt ist das ‚Heilige‘, dem die Neue Frau dient: die soziale Idee, die Wissenschaft, der Beruf, das Schaffen. Und diese ihre Arbeit [...] ist] für die Neue Frau [...] wichtiger, wertvoller, heiliger als alle Freuden des Herzens“.

17 Alexandra Kollontai, Die Frau als Arbeiterin in der gegenwärtigen Gesellschaft, in: Dies., Der weite Weg. Erzählungen, Aufsätze, Kommentare (Hgg. u. mit Beiträgen v. Christiane Bauermeister/Helene Imendörffer/Krisztina Mánicke-Gyöngyösi), Frankfurt 1979, S. 40-49, hier S. 41.

18 Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 30.

19 Über die Person Hermanns ist relativ wenig bekannt, wohingegen eine neuerlich erschienene Biografie Leben und Werk Marianne Webers aus dem Schatten ihres Ehemannes Max Weber hob. S. dazu Bärbel Meurer, Marianne Weber. Leben und Werk, Tübingen 2010.

20 Vgl. Herrmann: Frau, 1929, S. 35f. und Marianne Weber, Die Neue Frau, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S. 134-142, hier S. 134.

21 Weber: Frau, 1919, S. 134.

22 Marianne Weber, Eheideal und Eherecht, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S. 143-156, hier S. 144.

23 Weber: Eheideal, 1919, S. 146. Zum Kameradschaftlichkeitsgedanke vgl. auch Herrmann: Frau, 1929, S. 36, 45, 71.

es notwendig, die weibliche Berufstätigkeit zu fordern und zu fördern „um sich auch in der Ehe unbefangen als freie Persönlichkeit zu fühlen.“²⁴ Damit wird deutlich, dass diese Richtung in Bezug auf die Ehe deutlich von ihrer radikal-emanzipatorischen Schwester abwich. Die Institution der Ehe wurde grundsätzlich befürwortet, jedoch auf eine andere gedankliche Basis gestellt. „Die Frau von heute greift mit ihren Anschauungen vom Zusammenleben der Geschlechter das Fundament der Ehe selbst nicht an, will aber den Geist der Eheauffassung beeinflussen.“²⁵

Die Vertreterinnen beider Richtungen stimmten dabei darin überein, dass die von ihnen gelieferten Entwürfe der Neuen Frau kritisch zu hinterfragen und eher als „Übergangstypus“²⁶ zu bewerten seien. Dies war der Tatsache geschuldet, dass nach deren Einschätzung Frauen zwar bereits begonnen hatten, die neuen Ideale der Selbstständigkeit und Autonomie zu verinnerlichen, jedoch durch ihre Umgebung und Lebenssituation an deren Realisation gehindert würden. So erläuterte Herrmann:

„Die Frau von heute ist noch nicht der Typus der Frauen unserer Zeit, sondern das Idealbild der zielbewußten selbständigen Frau unserer Tage, die nicht immer die Möglichkeit hat, ihre Anschauungen in die Praxis umzusetzen, weil sie als soziales Wesen in einer Welt leben muß, die ihren Bestrebungen zum Teil noch verständnislos gegenübersteht.“²⁷

Auch Kollontai bemerkte, dass das „neue Beginnen [...] von Tradition und Gefühlen der Vergangenheit“ gehemmt werde und „Altes und Neues [...] in den Seelen der Frauen in dauernder Feindschaft“ miteinander ringe.²⁸ Dennoch stimmten beide Richtungen in der Überzeugung überein, dass es die von ihnen beschriebenen Neuen Frauen schon gebe. „Die Neue Frau ist da

24 Marianne Weber, Beruf und Ehe, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S.20-37, hier S. 34. Herrmann hingegen sieht die Berufstätigkeit als Mittel zur Selbstständigkeit, und erst diese dann als ausschlaggebend für das veränderte Geschlechterverhältnis. Vgl. Dies.: Frau, 1929, S. 35f.

25 Herrmann: Frau, 1929, S. 66f.

26 Kollontai: Moral, 1977, S. 50.

27 Herrmann: Frau, 1929, S. 167. Die Neue Frau blieb bei Herrmann folglich mehr ein Ideal, das Frauen als Identifikationsmedium dienen sollte. Vgl. hierzu Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 31.

28 Kollontai: Moral, 1977, S. 50.

– sie existiert. Sie kennen sie schon, sind schon gewöhnt, ihr im Leben zu begegnen.“²⁹

Phänotypische Festschreibung

Wenn man denn einer Vertreterin dieses neuen Frauentypus begegnete, war es vor allen Dingen deren äußeres Erscheinungsbild, das als Mittel der Identifikation herangezogen wurde. Der Grund für diese auf Äußerlichkeiten basierende Identitätszuschreibung lag in der Tatsache begründet, dass es dieses veränderte weibliche Erscheinungsbild war, das in krassem Gegensatz zu vormaligen Schönheitsidealen und Sittlichkeitsnormen stand.³⁰ „KurZRöckig, kurzhaarig und schlankbeinig,“ so fasst die unter dem Pseudonym Gabriele Tergit veröffentlichende Schriftstellerin und Journalistin Elise Reifenberg das als revolutionär empfundene Aussehen der Neuen Frau in der Retrospektive von 1933 knapp zusammen.³¹ Speziell die Kurzhaarfrisur erhielt symbolischen Stellenwert. So spricht Ute Frevert in ihrem frauengeschichtlichen Überblickswerk diesbezüglich vom „Markenzeichen der modernen Frau“. ³² Der Symbolwert der neuen Frisur, des Bubikopfes, war der Tatsache geschuldet, dass es in besonderem Maße diese war, die einen radikalen Bruch mit den Schönheitsvorstellungen der Vergangenheit markierte und so die Stimmen konservativer Kritiker auf sich zog, die diese neue Frisur als Zeichen des kulturellen Niedergangs deuteten.³³ Diesbezüglich findet sich 1926 in einem Artikel der „Schwäbischen Frauenzeitung“ eine Verteidigung der neuen Haar mode gegen reaktionäre und überkommene Vorstellungen von weiblicher Schönheit, wobei die Lossagung von vergangenen Idealen des Äußeren und die Wahrnehmung desselben als Schnitt mit dem Vergangenen evident wird.

29 Kollontai: Moral, 1977, S. 7. Ähnliches liest sich auch bei Herrmann: „Wer die Frau von heute finden will, muß sie überall suchen, wo das wahre Leben pulsiert.“ Dies.: Frau, 1929, S. 41.

30 So schreibt neben Stefan Zweig auch Robert Musil 1929: „Sie [die veraltete Frau] ist in einer wichtigen Frage konsequenter gewesen als die neue; sie war vom Hals bis zu den Sohlen eingehüllt, während die neue erst teilweise nackt ist.“ Robert Musil, Die Frau gestern und morgen, in: Friedrich M. Huebner (Hg.), Die Frau von Morgen, Leipzig 1929, S. 91-102, hier S. 91. Vgl. hierzu Sigrid Follmann, Wenn Frauen sich entblößen... Mode als Ausdrucksmittel der Frau der zwanziger Jahre, Marburg 2010, S. 37; Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 27 und Schmerenbeck: Überlegungen, 1994, S. 52f.

31 Gabriele Tergit, Die Frauen-Tribüne, Die Frauen Tribüne 1.1-2 (1933), S. 3.

32 Frevert: Frauen-Geschichte, 1986, S. 171.

33 Vgl. Hake: Spiegel, 1999, S. 194.

Der Aberglaube und die schwerfällige Gewohnheit beherrschen die trägen Gehirne. Wenn ein Unsinn nur recht alt ist, so erlangt er gleich ‚Heiligkeit‘ und stemmt sich gefährlich gegen den Einmarsch der kommenden Vernunft. Und wie man glaubte, Männer ohne Matratzenbart seien keine richtigen Männer, sondern Jämmerlinge, Wechselfälscher und entnervte Lustknaben – wie man einst glaubte, radelnde Frauen seien sittlich haltlose Geschöpfe – just so rumort es im Hirn der Zurückgebliebenen jetzt gegen die Trägerinnen von Bubiköpfen. Sie tun, als stecke die ganze weibliche Tugend im Haar.³⁴

In demselben Jahr lieferte auch ein Artikel der September-Ausgabe des zeitgenössischen Hochglanzmagazins „Die Dame“ eine Beschreibung der viel diskutierten Haarmode, wobei rückblickend zwei Ausführungen unterschieden werden. So existierte einerseits eine weich geschnittene, auf Hübschheit zielende Version, andererseits eine äußerst kurze, markante Ausführung.³⁵ Der so skizzierte Bubikopf gilt als eines der wohl markantesten, äußerlichen Kennzeichen der Neuen Frau der Weimarer Republik und erschien schon den Zeitgenossen bald als allgegenwärtig, wie in der zynischen Bezeichnung des Bubikopfes als der „Uniform des gebobbtten Haares“ durch Vicki Baum, einer der erfolgreichsten Feuilletonistinnen der Weimarer Republik, deutlich wird.³⁶ Ähnlich der Frisur des Bubikopfes unterschied sich auch die Silhouette der Neuen Frau grundlegend von der ihrer Vorgängerinnen. Anstelle der vormals betonten Weiblichkeit trat die knabenhafte Linie. Dieses neue Ideal der Androgynität wird besonders deutlich in dem damals gängigen Begriff der „Garçonne“, der Verweiblichung des französischen Begriffs für Knabe.³⁷ Erik

34 Trost an alle Bubiköpfe, 24.2.1926, Schwäbische Frauenzeitung (Beilage zur Schwäbischen Volkszeitung), S. 2.

35 „Der ‚Bubikopf‘ hat eigentlich im Laufe seiner Entwicklung zwei Grundtypen herausgebildet. Und jede neue Mode variiert diesen Grundtyp. Einmal den herben, sehr kurz geschorenen Kopf, denn das Wort geschnitten passt nicht mehr dazu. Diese Art das Haar zu tragen, verzichtet bewußt auf sogenannte Hübschheit. Man will Linie! Der Kopf soll auch nach etwas aussehen. Die zweite Art ist der weichere gefälligere Kopf, der die Frau hübsch machen soll.“ Stephanie Kaul, Neue Frisuren, Die Dame 53.25 (1926), S. 23.

36 Vicki Baum, Leute von heute, Die Dame 55.3 (1927), S. 17-19 u. 32, hier S. 18. Zu Genese und Etablierung desselben in der Weimarer Republik vgl. Hake: Spiegel, 1999, S. 194f.

37 Vgl. Christiane Koch, Sachlich, sportlich, sinnlich. Frauenkleidung in den zwanziger Jahren, in: Kristine von Soden/Maruta Schmidt (Hg.), Neue Frauen. Die zwanziger Jahre, Berlin 1988, S. 16-19, hier S. 17; Viktoria Schmidt-Linsenhoff et.al., Katalog Frauenalltag und Frauenbewegung: 1890-1980, Frankfurt a.M. 1981, S. 57f.

Ernst Schwabachs Kapitel „Der alte und der neue Frauentyp“ illuminiert diesen Trend und verteidigt ihn gleichzeitig gegen den Vorwurf der Vermännlichung der Frauen. So argumentiert er, dass der neue, der „Jünglingsgestalt“ ähnliche Frauenkörper Ausdruck der Novität ihres Lebensstils sei und gleichzeitig auch Sinnbild der Abkehr vom patriarchalischen Schönheitsideal des „Rubenschen Fleischbergs“, damit auch Symbol der Befreiung der Frau von ihrem Sklaventum der „sexuelle[n] Wunschgestalt“.³⁸ Dieser Ausbruch der Frau aus der bisherigen optischen Konformität und ihre Abwendung von althergebrachten Weiblichkeitsbildern wurden zusätzlich unterstrichen durch einen essentiellen Wandel in der Mode. Wurde vormals das Fragile und Weibliche hervorgehoben, betonte die neue Kleidung durch gerade Linie und tiefe Taille den neuen Stil des schlanken, mädchenhaften Körperideals.³⁹ Dass es eben diese Schlankheit war, welche die neue Mode kennzeichnete, wird in einem Artikel der Schwäbischen Frauenzeitung deutlich: „Sie [die Mode] verbietet das Korsett, ist bequem und gesund geworden, läßt Luft und Licht an den Körper heran, ist viel organischer geworden, und das einzige, das sie mit einer gewissen Diktatur von der Frau fordert, ist: Schlankheit und Elastizität durch Körperpflege, Trainierung und Beherrschung des Körpers.“⁴⁰ Folglich löste sich das Ideal der Neuen Frau von dem bis dahin vorherrschenden, durch Korsettschnürung erreichten Schönheitsideal zu Gunsten des sportlich schlanken Girls, der jugendlichen Garçonne.⁴¹

38 Vgl. Schwabach: Revolutionierung, 1919, S. 87f.

39 Vgl. Dogramaci: Mode-Körper, 2005, S. 122, Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 97-100, Sylvia Lott-Almstadt, Brigitte 1886-1986. Die ersten hundert Jahre. Chronik einer Frauenzeitschrift, München 1986, S. 119.

40 Die neue Mode, 14.4.1926, Schwäbische Frauenzeitung (Beilage zur Schwäbischen Volkszeitung), S. 1. Vgl. dazu auch: Wie Vogue die Mode sieht, 9.5.1928, Vogue, S. 7. Zit. n. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 122. Dort werden der Gegensatz zur vormaligen Mode und die unterschiedlichen Ansprüche an den Frauenkörper prononciert veranschaulicht: „In früheren Zeiten verlangten die guten Schneider von der Frau, die ihre Schöpfungen tragen sollte, daß sie sich zuerst dieses oder jenes Korsett, diesen oder jenen schwer gepanzerten Hüftgürtel besorge. Heute verlangen die Modeschöpfer noch viel mehr. Sie verlangen, daß die Frau, ihrer ganzen Körperbeschaffenheit nach, ihren Modellen entspreche. [...] An Stelle des Schnürleibes, des Mieders und der Fischbeine kann nur ein gestählter Körper, dessen Muskeln fest und dessen Sehnen geschmeidig sind, den Kleidern richtigen Halt geben.“

41 Vgl. Janet Ward, Weimar Surfaces. Urban Visual Culture in 1920s Germany, Berkeley 2001, S. 86. Dieser Wandel vollzog sich nicht plötzlich ohne jegliche Basis, sondern knüpfte an die Reformbewegung der Jahrhundertwende an und realisierte deren Forderungen nach Abschaffung bewegungshemmender und gesundheitsschädlicher Kleidung. Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 118f. und S. 123.

Eine Meronymie – Das Beispiel Kaloderma-Seife

Dieses neue modische Schönheitsideal hielt jedoch nicht umgehend Einzug in die Werbelandschaft. Bis etwa 1924 wurde die Mehrzahl der abgebildeten Frauenfiguren noch gemäß dem Schönheitsideal und der Mode des Kaiserreichs gestaltet. Erst mit Anbruch der wirtschaftlichen Prosperität begann sich der Phänotyp der Neuen Frau flächendeckend in der Anzeigenlandschaft zu verbreiten,⁴² ungeachtet der Tatsache, ob für Dinge des täglichen Bedarfs, Bekleidung oder Luxusgüter wie Automobile geworben wurde.⁴³ Da die Werbeausgaben von kosmetischen Firmen mit zu den höchsten aller werbetreibenden Unternehmen zählten und ungefähr die Hälfte dieser Budgets in den zwanziger Jahren für Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen aufgewendet wurde, war die Dichte der Kosmetikannoncen in diesen Medien äußerst hoch.⁴⁴ Dies galt speziell in den Jahren von 1910 bis 1930, als sich die Kosmetikindustrie fest etablierte und deren fabrikmäßig produzierte Massenartikel von breiten Bevölkerungsschichten erworben werden konnten.⁴⁵

Einen der größten dieser Kosmetikproduzenten der Weimarer Republik stellt die 1857 durch Dr. Friedrich Wolff, später Träger des Kommerzienrat-Titels und Ehrenbürger der Stadt Karlsruhe, und dessen Vater, Hoftheaterfriseur Gottlob Friedrich Wolff, gegründete Firma Wolff & Sohn dar.⁴⁶ Belief sich die Zahl der Angestellten in den Anfangsjahren auf überschaubare 30, so stieg

42 Dies war teils auch der engen Verquickung von Werbeindustrie und Wirtschaft geschuldet. So zog der Erste Weltkrieg einen wirtschaftlichen Einbruch nach sich, der in direkter Folge einen drastischen Rückgang der Aufträge in der Werbeindustrie bedeutete, da häufig darauf verzichtet wurde, neue Anzeigen entwerfen zu lassen und stattdessen auf vorhandenes Werbematerial zurück gegriffen. S. die Ergebnisse der diesem Artikel zugrundeliegenden Masterarbeit: Denise Ruisinger, *Ideal – Image – Ikone. Das Bild der Neuen Frau in der Werbeillustration der 1920er*, Masterarbeit masch., Universität Augsburg 2013. Vgl. für den Bereich der Haushaltswaren: Anabella Weismann, *Froh erfülle Deine Pflicht! Die Entwicklung des modernen Hausfrauen-leitbildes im Spiegel trivialer Massenmedien in der Zeit zwischen Reichsgründung und Weltwirtschaftskrise*, Berlin 1989.

43 Im Bereich der Automobilwerbung wurde die bildliche Verknüpfung zwischen Neuer Frau und Produkt allerdings erst im letzten Drittel der Zwanzigerjahre in breitem Umfang praktiziert, vgl. Monika Baumann, *Ein kurzer Traum von der Freiheit am Steuer. Autofahrerinnen in der Werbung der späten 1920er-Jahre*, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), *Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt*, Bern u.a. 2002, S. 97-110, hier S. 98.

44 Vgl. Thoms: Dünne, 1995, S. 272f.

45 Vgl. Thoms: Dünne, 1995, S. 274.

46 Vgl. Angelika Sauer, *Bestandsbeschreibung Firmenarchiv Wolff & Sohn*, <http://ka.findbuch.org/index.php/De:Best%C3%A4nde%C3%BCbersicht:08_Archivische_Sammlungen:Firmenarchive:Wolff_%26_Sohn>, zu-letzt eingesehen am 27.9.2013.

diese bis 1920 im Zuge der rasanten Absatzsteigerung während der ersten beiden Dezennien des 20. Jahrhunderts auf über 1000 Firmenmitarbeiter an. Diese positive Entwicklung wurde auch durch die Inflation und die Hyperinflation nicht berührt, die die Umsätze in schwindelerregende Höhe trieben. So stieg die Anzahl der Beschäftigten stetig an und pendelte sich bei durchschnittlich 1430 Mitarbeitern ein. Damit kann diese Zahl anstelle des Gesamtumsatzes als Indikator für die Prosperität des Unternehmens während der Zwanziger Jahre gewertet werden.⁴⁷ Der Name Kaloderma für die Seife der Firma Wolff & Sohn existierte seit 1894 und wurde zwei Jahre später als Markenname eingetragen.⁴⁸ Anzeigen für Erzeugnisse mit diesem Namen erschienen in zahlreichen Presseerzeugnissen⁴⁹ und wurden oftmals von namhaften Gebrauchsgrafikern der Weimarer Republik wie Ludwig Hohlwein, Jupp Wiertz oder René Ahrlé gestaltet.⁵⁰ Seit der Einführung der Rentenmark und der damit einhergehenden Stabilisierung des Marktes stieg die Wirtschaftskraft der Firma stetig. Ihren höchsten und während der Zwanziger nicht mehr erreichten Gesamtumsatz erzielte die Firma 1927,⁵¹ zur selben Zeit als im Rahmen einer Werbekampagne zum ersten Mal eine Serie gestaltungsgenormter Anzeigen lanciert wurde.⁵² Signifikant war dabei nicht nur das vereinheitlichte Layout, sondern auch die Integration von Texten, die Bildinhalt, Produkt und Lebenswelt der Adressaten verknüpften.

47 S. die Umsatzstatistik der Firma mit Angestelltenzahl und Gesamtumsätzen per annum, StadtAK 8/FA Wolff & Sohn 108. Unter Ausklammerung der Inflationsjahre 1920-23 sprechen auch die Gesamtumsatzzahlen für ein starkes Wachstum, stiegen diese doch nach Kriegsende rapide an und wurden von der kurzen wirtschaftlichen Depression 1925/26 nur minimal betroffen.

48 S. die Umsatzstatistik der Firma mit Angestelltenzahl und Gesamtumsätzen per annum, StadtAK 8/FA Wolff & Sohn 108.

49 Unter anderem in der „Berliner Illustrierten Zeitung“, der „Münchner Illustrierten Presse“, der Zeitschrift „Jugend“ und dem Modemagazin „Die Dame“. S. die Werbeanzeigen der Firma im Bestand Stadtgeschichtliche Sammlung – Firmen, StadtAK 8/StS 24.

50 S. die Signaturen folgender Anzeigen: StadtAK 8/StS 24 Nr. 305; 308; 312. Vgl. hierzu Susanne Meyer-Büser, Bubikopf und Gretchenzopf. Die Frau der 20er Jahre. Ausstellungskatalog des Museums für Kunst und Gewerbe Hamburg, Heidelberg 1995, S. 162 u. 164.

51 So belief sich der Gesamtumsatz 1927 bei 1483 Beschäftigten auf 15850 RM. Die Marke von 15000 RM wurde 1925 und 1928 ebenfalls überschritten, die Umsätze blieben jedoch unterhalb der 1927 gesetzten Höchstmarkierung. StadtAK 8/FA Wolff & Sohn 108.

52 Während dieser Phase war der Designer und Grafiker Jupp Wiertz mit der Gestaltung der Kaloderma-Anzeigen beauftragt. Wiertz folgte bei seiner Gestaltung modernen werbepsychologischen Erkenntnissen und zielte zunächst auf die gefühlsmäßige Einstimmung der Rezipienten ab um deren Fokus in einem zweiten Schritt auf das Produkt zu lenken. Vgl. Adam C. Oellers, Roland Rappmann, Die Femme fatale im Tempo der Großstadt. Der Meister-Designer Jupp Wiertz (1888-1939), Ausstellungskatalog der Museen der Stadt Aachen, Aachen 2003, S. 15.



Abb.1: Werbung Kaloderma Seife

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

Die Praxis, beworbene Artikel durch Anzeigentexte zu ergänzen, in welchen deren Produkteigenschaften in Relation zu den verwendeten Bildern gesetzt wurden, war weit verbreitet,⁵³ der Versuch darin „den ‚Zeitgeist‘ der Epoche einzufangen,“ ebenfalls.⁵⁴ Im Anzeigentext der ersten Anzeige dieser Reihe (Abb. 1) wird vornehmlich auf den positiven Effekt der Kaloderma-Seife verwiesen, der darin bestehe, die „Haut von allen Unreinheiten zu befreien“ und ihr gleichzeitig einen „matten und duftenden Schimmer“ zu verleihen.⁵⁵ Dieses makellose Hautbild wurde jedoch nicht nur beschrieben. Gleichzeitig wurde es als die „begehrtesten[] Eigenschaft[]“, der „schönste Reiz einer Frau“ charakterisiert. Damit wurde nicht nur das Motiv der Schönheit evoziert, sondern auch soziale Signifikanz und Notwendigkeit derselben betont. Denn nur weisse Haut „berückend duftet“ und „kostbar schimmert“

⁵³ Vgl. Thoms: Dün, 1995, S. 273f.

⁵⁴ Volker Ilgen, Dirk Schindelfbeck, Am Anfang war die Litfaßsäule. Illustrierte deutsche Reklamegeschichte, Darmstadt 2006, S. 89.

⁵⁵ Ein makelloses Hautbild, so ergab eine Untersuchung Ulrike Thoms über den Wandel von Schönheitsidealen in der Werbung von 1850-1950, stellt eines der konstantesten in Werbeanzeigen transportierten Schönheitsmerkmalen dar. Vgl. Thoms: Dün, 1995, S. 280.

würde, so die Logik des Anzeigentextes, begehrt und als reizvoll empfunden.⁵⁶ Untermauert wurde diese Argumentation durch ein eingerahmtes, links des Textes platziertes Foto einer blonden, spärlich bekleideten Frau die über ihre entblößte rechte Schulter mit nach hinten gelegtem Kopf lasziv in die Kamera blickt und eine rechts unterhalb des Textes positionierte skizzenhafte Zeichnung, die eine sich zurechtmachende Frau an ihrem Schminktisch zeigt. Das Äußere dieser beiden Frauen unterschied sich dabei deutlich von dem der Frauenfiguren der vorherigen Anzeigen.

Die blonde Frau der Fotografie trägt das Haar kurz und erscheint mit den dunkel gefärbten Augenbrauen und den mit dunkelfarbigem Lippenstift nachgezogenen Lippen relativ stark geschminkt. Auch die Frauenfigur der Skizze hat das Haar kurz, sodass Nacken und Ohren frei liegen. Ihr in ein knielanges Kleid gehüllter Körper ist schmal mit langen dünnen Gliedmaßen und erscheint ohne weibliche Fülle. Die charakteristischen Merkmale des Phänotyps der Neuen Frau hatten damit Eingang in die Weiblichkeitskonzeption der Werbegrafik gefunden. Durch Verquickung der textuellen und visuellen Anzeigenebenen fungierten die Frauenfiguren als Trägermedium des durch Worte evozierten Schönheitsideals.⁵⁷ Diese Applikation des Phänotyps der Neuen Frau verdeutlicht, dass sich der zeitgenössische Begriff von Schönheit diesem Typus angenähert hatte und dementsprechend in der Werbung eingesetzt wurde.⁵⁸ Trotz dieser äußerlichen Konkordanz wirken die Pose mit überkreuzten Beinen und enganliegenden Ellenbogen und das locker herabfallende Kleid eindeutig feminin.⁵⁹ Gleichzeitig ist die Frau als an einem Schminktisch sitzend dargestellt und wurde somit, analog traditioneller

⁵⁶ Vgl. zu dieser inneren Logik von Kosmetikanzeigen Thoms: Dünn, 1995, S. 277ff.

⁵⁷ Vgl. zu dieser Wirkungsweise Judith Williamson, *Decoding advertisements*, in: Rosemary Betterton (Hg.), *Looking on. Images of femininity in the visual arts and media*, London 1987, S. 49-52, hier S.49f.

⁵⁸ Vgl. Thoms: Dünn, 1995, S. 257.

⁵⁹ Zur weiblich kodierten Körperhaltung vgl. Gitta Mühlen-Achs, *Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen*, München 1998, S. 54; Marianne Wex, ‚Weibliche‘ und ‚männliche‘ Körpersprache als Folge patriarchalischer Machtverhältnisse, Hamburg 1979, S. 45 u. 53. Durch den Vormarsch der Hosen in der Frauenmode, insbesondere im Bereich des Häuslichen, erscheint die Darstellung der Frau in einem Kleid als bewusst feminin. Vgl. dazu Kessemeier: *Körperbilder*, 2000, S. 219-221; Koch: *Sachlich*, 1988, S. 18; Sabine Schlingmann, ‚Die Woche‘ – Illustrierte im Zeichen emanzipatorischen Aufbruchs? *Frauenbild, Kultur- und Rollenmuster in Kaiserzeit, Republik und Diktatur (1899-1944). Eine empirische Analyse*, Hamburg 2007, S. 293f.

Vorstellung, im privaten Bereich verortet.⁶⁰ Auch die Körperhaltung der Frau in der Fotografie symbolisiert durch eng am Körper gehaltene Arme und dargebotene Kehle Grazilität und Unterwerfung und gilt als feminin kodiert.⁶¹ Somit präsentieren sich in dieser Anzeige weder Habitus noch weiblicher Aktionsraum gemäß den theoretischen Konzeptionen der Neuen Frau verändert, sondern in traditionellen Präfigurationen verhaftet. Lediglich die freizügige Kleidung und der laszive Blick der dargestellten Frau verweisen auf eine veränderte Sexualnorm.

Ein tendenziell anderes Bild vermitteln die restlichen Anzeigen der Kampagne, die ebenfalls alle mit dem Phänotyp der Neuen Frau arbeiten, deren Illustrationen jedoch eine andere Dimension von Weiblichkeit darstellen (s. Abb. 2, 3, 4). So werden auf Textebene drei unterschiedliche Szenen der imaginierten Frauenrealität behandelt, „Ferien“ (s. Abb. 2), „Sport“ (s. Abb. 3) und „Reisen“ (s. Abb. 4), deren spezifischer Charakter jeweils die Pflege der Haut mit Kaloderma-Seife gebietet.



Abb.2: Werbung Kaloderma Seife „Ferien“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

60 Vgl. zur Privatheit dieser Szene Annette Dorgerloh, „Sie wollen wohl Ideale klauen ... ?“ Präfigurationen zu den Bildprägungen der ‚Neuen Frau‘, in: Katharina Sykora et.al. (Hg.), Die Neue Frau. Herausforderung für die Bildmedien der Zwanziger Jahre, Marburg 1993, S. 25-50, hier S. 33ff.

61 Vgl. Mühlen-Achs: Geschlecht, 1998, S. 64f. u. 71.



Abb.3: Werbung Kaloderma Seife „Sport“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe



Abb.4: Werbung Kaloderma Seife „Reisen“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

st Frau in den Ferien, habe sie „reichlich Zeit, sich intensiv mit der Pflege Ihrer Haut zu beschäftigen“ um dem „vernachlässigten Teint eine richtige Behandlung zukommen zu lassen“. Treibt sie Sport, gefährden „[T]ranspir[ation], Sonne, Luft und Regen sowie Staub und Schmutz“ den Teint und ist die Zeit des Reisens vorbei, so gilt es die von „Staub, Zugluft, Sonne und Regen“ in Mitleidenschaft gezogene Haut für die „Beanspruchungen des Winters“ zu rüsten. Visuell wurden die jeweiligen Szenen wie in der Anzeige zuvor einerseits durch ein umrandetes in der linken Anzeigenhälfte platziertes Foto, andererseits durch eine skizzenhafte Darstellung der jeweiligen Situation am rechten unteren Rand des Anzeigentextes ergänzt. Die fotografierte Frau war dabei den verschiedenen Themen entsprechend in Badeanzug, Tennisdress und Reisemantel gekleidet und mit den spezifischen Accessoires wie Sonnenschirm und Badekappe, Tennisschläger und im Wind wehendem Schal ausgestattet. In den groben Skizzen wurden Frauen hingegen in der Situation selbst gezeigt, d.h. beim Baden im Meer, tennisspielend neben einem golfenden Mann und mit enormem Reisegepäck auf offener Straße. Die dabei transportierte Kleidungsnorm entsprach dem neuen Schönheitsideal und dessen Attribuierung mit Modernität und Fortschrittlichkeit. Die Badeanzüge (s. Abb. 2) ließen Arme und Beine unbekleidet, eine öffentliche Preisgabe des weiblichen Körpers, die während der wilhelminischen Ära undenkbar gewesen wäre.⁶² Gleichmaßen endeten die Röcke der dargestellten Frauenfiguren (s. Abb. 3 u. 4) kurz unterhalb des Knies und entblößten so die zuvor züchtig verhüllten Beine.⁶³ Durch derartige textuelle und visuelle Einbettung des Produkts in die jeweiligen Kontexte wird ein Frauenbild evident, das dem Konzept der Neuen Frau insofern Rechnung trägt, als Frauen als sportlich, selbstständig und in einer zuvor männlich konnotierten Sphäre, dem öffentlichen Raum der Straße,⁶⁴ imaginiert wurden. Gleichzeitig erscheint auch der Habitus der Frauen weitaus weniger den vormaligen

62 Vgl. Koch: Sachlich, 1988, S. 18; Schlingmann: Woche, 2007, S. 292.

63 Vgl. zum modischen Wandel Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 97f.; Koch: Sachlich, 1988, S. 18. Zur erotischen Aufladung des Frauenbeins in Schlager und Werbung der 1920er vgl. Monika Portenlänger, Kokettes Mädchen und mondäner Vamp. Die Darstellung der Frau auf Umschlagsillustrationen und in Schlagertexten der 1920er und frühen 1930er Jahre, Marburg 2006, S. 54f.; Thoms: Dünn, 1995, S. 258f.;

64 Vgl. zur Konnotation der Straße als maskulinem Raum Dorgerloh: Präfigurationen, 1993, S. 34f.

Stereotypen von Weiblichkeit zu genügen. So hält die fotografierte Frau im Badedress (s. Abb. 2) die Ellenbogen weit vom Körper abgespreizt und blickt mit herausfordernd gehobenem Kinn⁶⁵ direkt in die Kamera. Auch die gezeichnete Dame auf Reisen (s. Abb. 4) steht allein, mit in die Hüfte gestemmtem Arm in hüftbreitem, Selbstsicherheit signalisierendem Stand⁶⁶ neben ihrem Reisegepäck. Selbst das Automobil, Signum von Mondänität und Dynamik, ist im Bildhintergrund zu sehen und forciert so den Eindruck von Progressivität und Selbstständigkeit der Frauenfigur,⁶⁷ betont aber gleichzeitig deren gesellschaftlichen Status.⁶⁸ Das Automobil war ein populäres Motiv der zeitgenössischen Reklame.⁶⁹ Auch in einer ebenfalls 1927 geschalteten Kaloderma-Anzeige wurde es als zentrales Gestaltungselement verwendet (s. Abb. 5).



Abb.5: Werbung Kaloderma Seife „Automobil“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

⁶⁵ Eine Kinnhaltung die klassischerweise maskulin konnotiert ist. Vgl. Mühlen-Achs: Geschlecht, 1998, S. 66.

⁶⁶ Dieser Stand steht im Gegensatz zu der als feminin konnotierten Variante bei der die Beine geschlossen sind oder ein Bein leicht angewinkelt mit dem Knie nach innen vor das Standbein gestellt wird. Vgl. Mühlen-Achs: Geschlecht, 1998, S. 48. Vgl. auch zu diesem Darstellungsmodus in der Werbegrafik der Zwanziger Jahre Dogramaci: Mode-Körper, 2005, S. 124.

⁶⁷ Vgl. zu dem Zusammenspiel von Automobil und Neuer Frau in den Bildmedien der 1920er Baumann: Traum, 2002, S. 104ff.; Dogramaci: Mode-Körper, 2005, S. 123; Schlingmann: Woche, 2007, S. 299; Angela Zatsch, Reich, schnell, mobil. Automobilwerbung zu Beginn des 20. Jahrhunderts, in: Peter Borscheid, Clemens Wischermann (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts. Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg, Studien zu Geschichte des Alltags Bd. 13, Stuttgart 1995, S. 282-293, hier S. 292.

⁶⁸ Vgl. zur Eigenschaft als Statussymbol Baumann: Traum, 2002, S. 100.

⁶⁹ Vgl. Baumann: Traum, 2002, S. 104.

Die Anzeige steht in unmittelbarer Verbindung zu der zuvor analysierten Kampagne, wie durch erneute Verwendung des Werbetextes der Sport-Anzeige (s. Abb. 3) evident wird, formte aber wohl aufgrund des unterschiedlichen Layouts nicht Teil derselben. Anhand des Textes wird deutlich, dass Autofahren, ebenso wie Tennis, als sportliche Aktivität klassifiziert wurde⁷⁰ und das Automobil somit kondensierter Ausdruck der damit verbundenen Dynamik wurde. Die visuelle Verknüpfung von Automobil und Neuen Frauen in der Anzeige verdeutlicht das thematische Überlappen beider Motive. Sowohl Automobil als auch die Figur der Neuen Frau standen symbolhaft für sportlichen Elan, Neuerung und Progressivität. „Die Motorisierung passte ideal zur Dynamisierung des Körpers.“⁷¹ Gleichzeitig zeugt die prominente Darstellung von Frauen am Steuer – und damit im öffentlichen Raum – vom Aufweichen der traditionellen Trennung geschlechtlicher Aktionsräume, zumindest innerhalb der Imaginationswelten der Werbung.

Betrachtet man die Gesamtheit der Anzeigen aus dem Jahr 1927, so wird deutlich, dass die Frauenfiguren generell dem Phänotyp der Neuen Frau entsprachen und dieser damit zum zeitgenössischen Inbegriff von Schönheit avanciert war. Und obwohl seitens der Werbegrafik im Motivbereich Schönheit Frauenfiguren nach wie vor mit äußerst femininem Habitus und in darauf abgestimmtem Kontext inszeniert wurden, wurde hinsichtlich anderer Motive auch Bezug zu verändertem Alltag und Auftreten von Frauen genommen, was in dargestelltem Kontext und veränderter Körpersprache seinen Niederschlag fand. Die Gebrauchsgrafiker entwarfen Szenen, in denen Frauen bei zeitgenössischen Trendsportarten wie Schwimmen und Tennis gezeigt wurden⁷² oder in denen sie als selbstbewusste Autofahrerinnen erschienen. Damit hatten die neue Sport- und Freizeitkultur, aber auch zeitgenössische Phänomene wie Reisen und Ferien Einzug in die Anzeigen für Kaloderma-

⁷⁰ Vgl. Baumann: Traum, 2002, S. 101f.; Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 72.

⁷¹ So konstatierte Dogramaci für den Kontext der Modegrafik. Dies.: Mode-Körper, 2005, S. 123. Vgl. auch Ward: Surfaces, 2001, S. 83.

⁷² Zu den Trendsportarten vgl. Frevert: Frauen-Geschichte, 1986, S. 197.

Seife gehalten.⁷³ Anhand dieser Kontextualisierung wird die Vereinnahmung des Bildes der Neuen Frau als komplexem Sinnbild für Novität und Zeitgeist der Weimarer Republik in der Werbegrafik deutlich. Die Reduzierung und Verkürzung des Konzepts der Neuen Frau zur Symbolhaftigkeit tritt in besonderem Maße in der Verwendung des Automobils als Attribut derselben zu Tage. Diese symbolhafte Verengung des Bildes der Neuen Frau zum modischen Ideal und dessen vom emanzipatorischen Konzept losgelöste Utilisierung in der Werbegrafik der späten 1920er wird auch in den Kaloderma-Anzeigen der Firma Wolff & Sohn aus dem Jahr 1928 deutlich, in denen erstmals auch Männerfiguren in die Illustrationen integriert wurden. In der ersten der drei Anzeigen (s. Abb. 6) dominiert eine häusliche Szene, die, eingerahmt durch den obenstehenden markanten Kaloderma-Schriftzug und den am unteren Ende platzierten Firmennamen, den visuellen Ankerpunkt der Anzeige bildet. Ergänzt wird die Illustration durch den unterhalb mittig angeordneten Anzeigentext und die rechts platzierten Abbildungen von Firmenlogo, Produkt und Preisangabe.



Abb.6: Werbung Kaloderma Seife „häusliche Szene“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

⁷³ Zur Dominanz dieser Thematiken in der Werbung der 1920er vgl. Peter Bär, Vom Kochherd aufs Rollfeld. Ein Streifzug durch die Frauenbilder in der schweizerischen Anzeigenwerbung 1920-1990, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt, Bern u.a. 2002, S. 149-166, hier S. 158; Zatsch: Automobilwerbung, 1995, S. 292.

Der beigegefügte Text informiert wie generell üblich über Beschaffenheit und besondere Eignung des Produkts,⁷⁴ verweist jedoch zum ersten Mal nicht nur auf weibliche Konsumenten, sondern identifiziert sowohl Kinder als auch Männer als potentielle Nutzer des Produkts. So eigne sich die Seife aufgrund ihrer „Milde“ für die „zarte Haut des Kindes“, gleichzeitig aber auch wegen der „wirkungsvollen kosmetischen Zusätze“ für den Gebrauch durch „die Dame sowie den Herrn“. Visuelle Entsprechung findet der Text in der zeichnerischen Darstellung einer familiär erscheinenden Szene, die ein kleines Mädchen, einen Mann und eine Frau zeigt. Die Frauenfigur entspricht in ihrem Äußeren dem Erscheinungsbild der Neuen Frau: Gekleidet in ein auf der Hüfte gerafftes, gerade geschnittenes Kleid, trägt die mädchenhaft schmal erscheinende Frau den modischen Kurzhaarschnitt des Bubikopfes. Bildliche Positionierung und Körperhaltung der Frauenfigur aber verweisen auf einen nicht dem theoretisch-emanzipatorischen Konzept der Gleichberechtigung der Geschlechter beziehungsweise der Geschlechterkameradschaft⁷⁵ entsprechenden weiblichen Darstellungsmodus.⁷⁶ So ist die Frau als auf einem Stuhl sitzend dargestellt, bildlich also unterhalb des stehenden Mannes verortet. Gleichzeitig hält sie die Arme eng am Körper und die Beine gekreuzt, ist also in schmalmachender Pose dargestellt.⁷⁷ Diese Körperhaltung steht in Kontrast zu der des Mannes, die durch jeweils einen weit abgespreizten und einen auf der Stuhllehne ruhenden ausgestreckten Arm weitaus raumgreifender ist, wodurch dessen bildliche Präsenz verstärkt wird.⁷⁸

Ebenfalls von diesem Darstellungsmodus bestimmt zeigt sich das Geschlechterverhältnis auf einer weiteren Anzeige, die eine Szene aus dem gesellschaftlichen Leben zeigt, wie über die Abendgarderobe der Figuren indiziert wird (s. Abb. 7). So ist dem weiblich kodierten Abendkleid dessen

74 Vgl. Lisa Bechter, Rita Stöckli, ‚Das große Wettbrennen‘. Zum Ideal gebräunter Haut in der Sonnenschutzmittelwerbung zwischen 1920 und 2000, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt, Bern u.a. 2002, S. 70-82, hier S. 72; Thoms: Dünn, 1995, S. 273f.

75 Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 79-81.

76 Eine Beschreibung und Analyse desselben findet sich bei Dogramaci: Mode-Körper, 2005, S. 124.

77 Vgl. Mühlen-Achs: Geschlecht, 1998, S. 54.

78 Damit wich die in diesen Anzeigen vorherrschende Form der Darstellung von der in der Gesellschaftsfotografie ab, in der nach Kessemeiers Analyse das Geschlechterverhältnis in der Majorität als „sehr kameradschaftlich und freundschaftlich“ abgebildet wurde. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 81.

maskulines Pendant, der Frack, zur Seite gestellt. Gleichzeitig vermittelt die Illustration eine Aura des Flirts, da der Mann die Frau einerseits mit den Fingern seiner rechten Hand an der nackten Schulter berührt, dieselbe ihrerseits leicht lächelnd über eben diese Schulter zu ihm aufsieht. Der Anzeigentext greift diese Stimmung auf, indem sie einen „duftigen und schimmernden Teint“ als den „schönsten Reiz“ einer Frau postuliert und in diesem Zusammenhang auf die Pflege mit Kaloderma-Seife verweist, als deren Ergebnis das Hautbild „dem matten Glanz zart schimmernder Perlen gleicht“.



Abb.7: Werbung Kaloderma Seife „gesellschaftliches Leben“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

Durch die Kopplung von Kosmetikprodukt und weiblicher Attraktivität wird eine Ursache-Folge-Beziehung etabliert, die anhand der Einbettung in den Kontext des Flirts auf diesen erweitert wird, so dass sich der Gebrauch der Kaloderma-Seife in mittelbarer Verbindung auch positiv auf die Situation des Flirts auswirkt. „Die Frau, die sich Zuneigung sichern und dauerhaft erhalten will, kann die Hilfe der Kosmetik nicht entbehren.“⁷⁹ Sinnbild dieser erfolgssichernden weiblichen Attraktivität in der Reklame war im Zuge der

⁷⁹ Thoms: Dünn, 1995, S. 278.

Vereinnahmung durch die Werbegrafik der Phänotyp der Neuen Frau geworden. Analog zu dieser Darstellungsform wirbt auch die dritte Anzeige aus dem Jahr 1928 mit der Illustration einer Szene zwischen Mann und Frau und empfiehlt Kaloderma-Seife zur Hautpflege als Mittel zur Erlangung der „schimmernden Haut,“ wie sie charakteristisch für eine „schöne Frau“ sei und diese „bezaubernd“ mache (s. Abb. 8). Bildliche Entsprechung fand die im Werbetext beschworene Schönheit erneut in einer Bubikopf tragenden Frau, deren schmaler mädchenhafter Körper in ein schlichtes, geradliniges Kleid gekleidet war, wodurch auf die Akzentuierung der sekundären Geschlechtsmerkmale verzichtet wurde.⁸⁰ Das wertende „bezaubernd“ bezieht sich zwar auf beschreibender Ebene ebenfalls auf die weibliche Figur, legt durch Beigabe einer Männerfigur aber diese als Bewertenden fest. Damit wird Schönheit nicht als weiblicher Selbstzweck vermittelt, sondern in Beziehung zum männlichen Geschlecht zur Aufgabe erhoben.⁸¹



Abb.8: Werbung Kaloderma Seife „Mann und Frau“

Quelle: Stadtarchiv Karlsruhe

⁸⁰ Vgl. zu dieser weit verbreiteten Körperinszenierung in der Reklame Ward: Surfaces, 2001, S. 86. Unter anderem war es diese Form der Darstellung, die den zeitgenössischen Vermännlichungs-Diskurs befeuerte. Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 97-104 u.201-221; Ward: Surfaces, 2001, S. 87.

⁸¹ Vgl. Schlingmann: Woche, 2007, S. 306.

In der bildlichen Inszenierung dieser Anzeigen wird evident, dass sich zwar äußere Erscheinung und Habitus der abgebildeten Frauen Mitte der zwanziger Jahre mehrheitlich dem Typus der Neuen Frau angeglichen hatten, dieser also Sinnbild des gewandelten Schönheitsideals geworden war,⁸² sich die generelle Vorstellung von der Beziehung der Geschlechter jedoch nicht gemäß der Ideale, die diesem weiblichen Erscheinungsbild beigeordnet waren, verändert hatte. Auf visueller Ebene wurde der Mann in traditioneller Manier über der Frau imaginiert, eine Stellung die auf Ebene des Körpers durch raumgreifende Armhaltung untermauert wurde. Dementsprechend präsentierten die Anzeigen Frauen sitzend und in eindeutig femininen Posen.⁸³ Parallel hierzu findet sich die Konnotation weiblicher Attraktivität als Garant eines erfolgreichen Beziehungslebens, wobei diese Attraktivität durch das Erscheinungsbild der Neuen Frau repräsentiert wurde.⁸⁴

Mode und Werbung – Eine symbiotische Beziehung

Das Bild der Neuen Frau, das in seiner vestimentären und phänotypischen Festschreibung als Ikone des emanzipatorischen Aufbruchs während der Weimarer Republik Einzug in das kollektive Bildgedächtnis hielt,⁸⁵ wurde zunächst in der Modeberichterstattung verbreitet und als Sinnbild der Befreiung der Frau propagiert.⁸⁶ Mitte der zwanziger Jahre adaptierte die Werbung den derart popularisierten Typus und gab ihm seine massenikonografische Prägung. Das frühere Ideal der Frauenbewegung wurde uniformiert und auf seine äußeren Merkmale reduziert. Der superfizielle Charakter dieser Adaption wird zum einen in der Inszenierung von Frauen in traditioneller Körperhaltung und Rolle, zum anderen in der tradierten Normen entsprechenden Darstellung des Geschlechterverhältnisses deutlich. Die Analyse der Kaloderma-Wer-

82 Vgl. Thoms: Dünn, 1995, S. 257.

83 Anabella Weismanns Analyse des Hausfrauenleitbilds der 1920er Jahre lieferte hinsichtlich der formalen Darstellung der Geschlechter während der späten Zwanziger einen ähnlichen Befund. Vgl. Weismann: Leitbildentwicklung, 1982, S. 262.

84 Diese weibliche Attraktivität war gemäß der Anzeigen, so Thoms, nicht nur ausschlaggebend für das private Glück, sondern auch für Erfolg im Beruf. Vgl. Thoms: Dünn, 1995, S. 277f. S. auch Schlingmann: Woche, 2007, S. 305-307.

85 Zum Begriff s. Gerhard Paul, Das Jahrhundert Bilder. Die visuelle Geschichte und der Bildkanon des kulturellen Gedächtnisses, in: Ders. (Hg.), Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute, Göttingen 2008, S. 14-39, hier S. 26-35.

86 Vgl. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 32-37.

bung führte insbesondere die inhaltliche Verkürzung und Aushöhlung des Konzepts der Neuen Frau vor Augen. Frauen wurden als Vertreterinnen des ‚schönen Geschlechts‘ typisiert, wobei Pflege und Erhaltung dieser Schönheit hinsichtlich des beruflichen und privaten Erfolgs zum Zweck erhoben wurden. Implizit wurde damit das Verständnis bestätigt, dass es eben jene körperliche Attraktivität sei, die Frauen auszeichne und nicht deren geistige oder physische Qualitäten,⁸⁷ was in klarem Gegensatz zu dem Ideal der weiblichen Selbstständigkeit und Ebenbürtigkeit in den theoretischen Entwürfen stand.

Die Werbung fungierte als Multiplikator modischer Strömungen,⁸⁸ die Mode entsprechend als Schrittmacher für die Darstellung von Frauen in Werbeillustrationen. Diese symbiotische Beziehung kam insbesondere in den 1920er Jahren zum Tragen, da es in der Werbeindustrie zu dieser Zeit zu einer umfassenden Neukonzeption der Vermarktungsstrategien kam. Stand zuvor das Produkt im Zentrum der Werbeaktivitäten, verschob sich der Fokus nun auf den Verbraucher. Dabei rückte insbesondere der weibliche Konsument ins Blickfeld der Werbemacher, da man davon ausging, dass Frauen als Hüterinnen des häuslichen Herds die Mehrheit der Kaufentscheidungen trafen.⁸⁹ So hieß es in der zeitgenössischen Fachliteratur, dass die Frau „den Mittelpunkt der Welt des Verbrauchers“ darstelle. Sie besorge nicht nur den Großteil der Einkäufe für „Kost und Haushalt, für Wohnungseinrichtung und Bedarf der Kinder“, sondern beeinflusse auch maßgeblich die des Mannes. „[O]ft ist daher für die Reklame die Frau zu treffen das Ziel, die Frau zu gewinnen der Sieg.“⁹⁰

87 Diese unterschwellige Bewertung des weiblichen Geschlechts als inferior findet sich auch in der zeitgenössischen Fachliteratur der Werbebranche, vgl. Gail Reekie, *Impulsive women, predictable men: psychological constructions of sexual difference in sales literature to 1930*, *Australian Historical Studies* 24.97 (1991), S. 359-377, hier S. 372.

88 So schreiben auch Gabriele Mentges und Gudrun M. König: „Die Mode bedarf der Medien, um als Mode rezipiert und verbreitet zu werden. [...] Mode selbst wiederum scheint ein Medium zu sein: ein Medium für Botschaften über Zeiten, Menschen, Werte, Normen, Imaginationen, Atmosphären.“ Dies., *Modegeschichte als Mediengeschichte*, in: Dies. (Hg.), *Medien der Mode (Textil – Körper – Mode Bd. 6)*, Berlin 2010, S. VII-XX, hier S. VII.

89 Vgl. Bär: Kochherd, 2002, S. 150; Nancy F. Cott, *Die moderne Frau. Der amerikanische Stil der zwanziger Jahre*, in: Françoise Thébaud (Hg.), *Geschichte der Frauen Bd. 5*, Frankfurt a.M. 1997, S. 93-109, hier S. 107; Simone Weil Davis, *Living up to the Ads. Gender Fictions of the 1920s*, Durham/London 2000, S. 80; William R. Leach, *Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890-1925*, *The Journal of American History* 2 (1984), S. 319-342, hier S. 333.

90 Viktor Mataja, *Die Reklame. Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben*, München/Leipzig 19162, S. 322f. Ähnlich auch in den Zwanzigern: *Die Frau als Konsumentin und ihre Bedeutung für die Industrie*, *Frauenblatt der christlichen Gewerkschaften* 3 (Juni 1922), S. 18.

Weibliches Handeln sei nach Meinung der Werbeexperten hierbei geprägt von Instinkt, impulsivem Verhalten und Emotion.⁹¹ Diese „kaufmännisch auswertbaren Faktoren der Frauenseele“ mache man sich zunutze, indem man einen „Idealfrauentyp“ wiedergebe, der an ein bereits unterbewusst vorhandenes „Vorbild“ anzuknüpfen vermöge.⁹²

Das modische Bild der Neuen Frau war damit nicht mehr als ein Mittel zum Zweck, um diesen Idealtyp möglichst breitenwirksam zu gestalten. Dieses Zusammenspiel von Mode und Werbung zeigt sich auch daran, dass gegen Ende der zwanziger Jahre ein anderer Frauentyp Einzug in die Werbeillustrationen hielt. Die glamouröse ‚Grande Dame‘ ersetzte zusehends die lose herabfallende knielange Hängkleider und Bubikopf tragende *Neue Frau*, ein Wechsel der sowohl durch die Mode als auch das neue Massenmedium Kino präfiguriert wurde.⁹³

Reklamefachleute befließigten sich seit etwa 1922-25, genauere Vorbilder zu erhalten, zumal für die Darstellung der Frau, die am meisten Verwendung fand; [...] Seit etwa 1928-30 fand man dann aber heraus, daß man eigentlich kaum etwas Besonderes mehr tun müsse: Es war inzwischen eine Vereinheitlichung in dem Begriff ‚schöne Frau‘ nahezu auf der ganzen Welt eingetreten. Wer hat den Reklamechefs diese große Erleichterung gebracht? – Greta Garbo und die anderen Sterne am Filmhimmel. Von Reykjavik bis Melbourne lächeln sie auf die Massen herab und haben damit die Vorstellung von der ‚schönen Frau‘ genormt für alle Länder.⁹⁴

91 Vgl. Dr. Adolf Behne, Entscheidung durch das Publikum, Seidels Reklame 9.12 (1925), S. 571-575, hier S. 573f. S. auch Reekie: Impulsive women, 1991, S. 370.

92 W. Schuttmann, Reklame und Kundenmilieu, Seidels Reklame 12.4 (1928), S. 164f., hier S. 165.

93 Vgl. Verena Dollenmaier, Glamour! Das Girl wird feine Dame. Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik, in: Dies., Ursel Berger (Hg.), Glamour! Das Girl wird feine Dame. Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Ausstellung des Georg-Kolbe-Museums Berlin, 17.02.2008 – 12.05.2008, Berlin 2008, S. 12-26, hier S. 12ff.

94 Helm Wienkötter, Die ‚genormte Frau‘ in der Reklame, Die Reklame 25.8 (1932), S. 438f., hier S. 438. Vgl. zu den durch Hollywood beeinflussten Bildprägungen in der Reklame auch Kathy Peiss, Girls Lean Back Everywhere, in: Alys Eve Weinbaum et. al. (Hg.), The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity, and Globalization, Durham und London 2008, S. 347-353, hier S. 349.

Denise K. Ruisinger, bis 2013 Studium für das Lehramt an Gymnasien Englisch und Geschichte an den Universitäten Augsburg und Birmingham, sowie Master Historische Wissenschaften mit dem Schwerpunkt Neuere und Neueste Geschichte an der Universität Augsburg.

Abbildungsverzeichnis

StadtAK 8/StS 24 Abb. 1 (Nr. 215); Abb. 2 (Nr. 216); Abb. 3 (Nr. 217); Abb. 4 (Nr. 218); Abb. 5 (Nr. 222); Abb. 6 (Nr. 223); Abb. 7 (Nr. 311); Abb. 8 (Nr. 230)

Quellen- und Literaturverzeichnis

Ungedruckte Quellen

Stadtarchiv Karlsruhe

Bestand 8: Firmenarchiv Wolff & Sohn 108; 29

Stadtgeschichtliche Sammlung – Firmen 24

Gedruckte Quellen

Baum, Vicki, Leute von heute, Die Dame 55.3 (1927), S. 17-19 u. 32.

Behne, Dr. Adolf, Entscheidung durch das Publikum, Seidels Reklame 9.12 (1925), S. 571-575.

Die Frau als Konsumentin und ihre Bedeutung für die Industrie, Frauenblatt der christlichen Gewerkschaften 3 (Juni 1922), S. 18.

Die neue Mode, 14.4.1926, Schwäbische Frauenzeitung (Beilage zur Schwäbischen Volkszeitung), S. 1.

Herrmann, Elsa, So ist die neue Frau, Hellerau 1929.

Kaul, Stephanie, Neue Frisuren, Die Dame 53.25 (1926), S. 23.

Kollontai, Alexandra, Die neue Moral und die Arbeiterklasse, Historische Texte von Frauen Bd. 3, Münster 1977.

Dies., Die Frau als Arbeiterin in der gegenwärtigen Gesellschaft, in: Dies., Der weite Weg. Erzählungen, Aufsätze, Kommentare (Hgg. u. mit Beiträgen v. Christiane Bauermeister/Helene Imendörffer/Krisztina Mánicke-Gyöngyösi), Frankfurt 1979, S. 40-49.

Mataja, Viktor, Die Reklame. Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben, München/Leipzig 19162.

Musil, Robert, Die Frau gestern und morgen, in: Friedrich M. Huebner (Hg.), Die Frau von Morgen, Leipzig 1929, S. 91-102.

Schuttmann, W., Reklame und Kundenmilieu, Seidels Reklame 12.4 (1928), S. 164f.

Schwabach, Erik Ernst, Die Revolutionierung der Frau, Leipzig 1928.

Tergit, Gabriele, Die Frauen-Tribüne, Die FrauenTribüne 1.1-2 (1933), S. 3.

Trost an alle Bubiköpfe, 24.2.1926, Schwäbische Frauenzeitung (Beilage zur Schwäbischen Volkszeitung), S. 2.

Verfassung: Deutsches Reich, 11.8.1919, <<http://www.dhm.de/lemo/html/dokumente/verfassung/index.html>>, zuletzt eingesehen am 18.9.2013.

Weber, Marianne, Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919.

- Dies., Beruf und Ehe, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S. 20-37.
- Dies., Eheideal und Eherecht, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S. 143-156.
- Dies., Die neue Frau, in: Dies., Frauenfragen und Frauengedanken. Gesammelte Aufsätze, Tübingen 1919, S. 134-142.
- Wienkötter, Helm, Die ‚genormte Frau‘ in der Reklame, *Die Reklame* 25.8 (1932), S. 438f.
- Wie Vogue die Mode sieht, 9. 5. 1928, *Vogue*, S. 7. Zit. n. Kessemeier: Körperbilder, 2000, S. 122.
- Zweig, Stefan, Zutrauen zur Zukunft, in: Friedrich M. Huebner (Hg.), *Die Frau von morgen*, Leipzig 1929, S. 7-17.

Literatur

- Bär, Peter, Vom Kochherd aufs Rollfeld. Ein Streifzug durch die Frauenbilder in der schweizerischen Anzeigenwerbung 1920-1990, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), *Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt*, Bern u.a. 2002, S. 149-166.
- Bauermeister, Christiane, Notizen zu einer Biographie, in: Alexandra Kollontai, *Der weite Weg. Erzählungen, Aufsätze, Kommentare* (Hgg. u. mit Beiträgen v. Christiane Bauermeister/Helene Imendörffer/Krisztina Mánicke-Gyöngyösi), Frankfurt 1979, S. 223-235.
- Baumann, Monika, Ein kurzer Traum von der Freiheit am Steuer. Autofahrerinnen in der Werbung der späten 1920er-Jahre, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), *Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt*, Bern u.a. 2002, S. 97-110.
- Bechter, Lisa, Stöckli, Rita, ‚Das große Wettbrennen‘. Zum Ideal gebräunter Haut in der Sonnenschutzmittelwerbung zwischen 1920 und 2000, in: Daniel Di Falco, Peter Bär, Christian Pfister (Hg.), *Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt*, Bern u.a. 2002, S. 70-82.
- Bergler, Reinhold, Pörzgen, Brigitte, Harich, Katrin, *Frau und Werbung. Vorurteile und Forschungsergebnisse*, Köln 1992.
- Botzenhart, Manfred, *Deutsche Verfassungsgeschichte 1806-1949*, Stuttgart 1993.
- Cott, Nancy F., Die moderne Frau. Der amerikanische Stil der zwanziger Jahre, in: Françoise Thébaud (Hg.), *Geschichte der Frauen* Bd. 5, Frankfurt a.M. 1997, S. 93-109.
- Dogramaci, Burcu, Mode-Körper. Zur Inszenierung von Weiblichkeit in Modegrafik und -fotografie der Weimarer Republik, in: Michael Cowan, Kai Marcel Sicks (Hg.), *Leibhaftige Moderne. Körper in Kunst und Massenmedien 1918 bis 1933*, Bielefeld 2005, S. 119-135.
- Dorgerloh, Annette, ‚Sie wollen wohl Ideale klauen ... ?‘ Präfigurationen zu den Bildprägungen der ‚Neuen Frau‘, in: Katharina Sykora et.al. (Hg.), *Die Neue Frau. Herausforderung für die Bildmedien der Zwanziger Jahre*, Marburg 1993, S. 25-50.
- Di Falco, Daniel, Bär, Peter, Pfister, Christian (Hg.), *Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt*, Bern 2002.
- Follmann, Sigrid, *Wenn Frauen sich entblößen... Mode als Ausdrucksmittel der Frau der zwanziger Jahre*, Marburg 2010.
- Frevert, Ute, *Frauen-Geschichte. Zwischen Bürgerlicher Verbesserung und Neuer Weiblichkeit*, Frankfurt a.M. 1986.
- Goffman, Erving, *Geschlecht und Werbung*, Frankfurt a.M. 1981.
- Hake, Sabine, Im Spiegel der Mode, in: Katharina von Ankum (Hg. u. Übers.), *Frauen in der Großstadt. Herausforderung der Moderne?*, Dortmund 1999, S. 192-213.
- Hansen, Claudia, *Das Bild der Frau in Produktreklame und Kunst*, Tostedt 1998.
- Heßler, Martina, Die ‚weiße Dame‘. Eine Frauenfigur der Werbung im Wandel der Zeit, in: Gehard Paul (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1900 bis 1945*, Göttingen 2004, S. 284-291.
- Higonnet, Anne, *Frauen, Bilder, Darstellungen*, in: Françoise Thébaud (Hg.), *Geschichte der Frauen*, Bd. 5, 20. Jahrhundert, Frankfurt a.M. 1997, S. 375-419.
- Ilgen, Volker, Schindelbeck, Dirk, *Am Anfang war die Litfaßsäule. Illustrierte deutsche Reklamegeschichte*, Darmstadt 2006.

- Jias, Wenjian, Werbegeschichte als Kommunikationsgeschichte. Analyse der Anzeigenwerbung im Spiegel von 1947-1990, Göttingen 2002.
- Kessemeier, Gesa, Sportlich, sachlich, männlich. Das Bild der ‚Neuen Frau‘ in den Zwanziger Jahren. Zur Konstruktion geschlechtsspezifischer Körperbilder in der Mode der Jahre 1920 bis 1929, Dortmund 2000.
- Koch, Christiane, Sachlich, sportlich, sinnlich. Frauenkleidung in den zwanziger Jahren, in: Kristine von Soden/Maruta Schmidt (Hg.), Neue Frauen. Die zwanziger Jahre, Berlin 1988, S. 16-19.
- Leach, William R., Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890-1925, *The Journal of American History* 2 (1984), S. 319-342.
- Lott-Almstadt, Sylvia, Brigitte 1886-1886. Die ersten hundert Jahre. Chronik einer Frauenzeitschrift, München 1986.
- Mentges, Gabriele, König, Gudrun M., Modegeschichte als Mediengeschichte, in: Dies. (Hg.), Medien der Mode (Textil – Körper – Mode Bd. 6), Berlin 2010, S. VII-XX.
- Meurer, Bärbel, Marianne Weber. Leben und Werk, Tübingen 2010.
- Meyer-Büser, Susanne, Bubikopf und Gretchenzopf. Die Frau der 20er Jahre. Ausstellungskatalog des Museums für Kunst und Gewerbe Hamburg, Heidelberg 1995.
- Montiel Alafontes, Francisco Javier, Werbegeschichte als Kulturgeschichte. Spanien 1940-1989, Leipzig 2010.
- Mühlen-Achs, Gitta, Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen, München 1998.
- Oellers, Adam C., Rappmann, Roland, Die Femme fatale im Tempo der Großstadt. Der Meister-Designer Jupp Wiertz (1888-1939), Ausstellungskatalog der Museen der Stadt Aachen, Aachen 2003.
- Paul, Gerhard, Das Jahrhundert Bilder. Die visuelle Geschichte und der Bildkanon des kulturellen Gedächtnisses, in: Ders. (Hg.), Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute, Göttingen 2008, S. 14-39.
- Portenlänger, Monika, Kokettes Mädchen und mondäner Vamp. Die Darstellung der Frau auf Umschlagsillustrationen und in Schlagertexten der 1920er und frühen 1930er Jahre, Marburg 2006.
- Reekie, Gail, Impulsive women, predictable men: psychological constructions of sexual difference in sales literature to 1930, *Australian Historical Studies* 24.97 (1991), S. 359-377.
- Reinhardt, Dirk, Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland, Berlin 1993.
- Ruisinger, Denise, Ideal – Image – Ikone. Das Bild der Neuen Frau in der Werbeillustration der 1920er, Masterarbeit masch., Universität Augsburg 2013.
- Sauer, Angelika, Bestandsbeschreibung Firmenarchiv Wolff & Sohn, <http://ka.findbuch.org/index.php/De:Best%C3%A4nde%C3%BCbersicht:08._Archivische_Sammlungen:Firmenarchive:Wolff_%26_Sohn>, zuletzt eingesehen am 27.9.2013.
- Schlingmann, Sabine, ‚Die Woche‘ – Illustrierte im Zeichen emanzipatorischen Aufbruchs? Frauenbild, Kultur- und Rollenmuster in Kaiserzeit, Republik und Diktatur (1899-1944). Eine empirische Analyse, Hamburg 2007.
- Schmerenbeck, Peter, Die ‚Neue Frau‘. Überlegungen zum modischen Wandel der Zwischenkriegszeit, in: Uwe Meiners (Hg.), Korsetts und Nylonstrümpfe. Frauenwäsche als Spiegel von Mode und Gesellschaft zwischen 1890 und 1960, Oldenburg 1994, S. 49-74.
- Schmidt-Linsenhoff, Viktoria, et.al., Katalog Frauenalltag und Frauenbewegung: 1890-1980, Frankfurt a.M. 1981.
- Thoms, Ulrike, Dünn und dick, schön und häßlich. Schönheitsideal und Körpersilhouette in der Werbung 1850-1950, in: Peter Borscheid/Clemens Wischermann (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Stuttgart 1995, S. 242-281.
- Tröger, Annemarie, Alexandra Kollontai, Zwischen Feminismus und Sozialismus, in: Alexandra Kollontai, Die Situation der Frau in der gesellschaftlichen Entwicklung, Fulda 1975, S. 243-264.
- Wagner-Braun, Margarete, Die Frau in der Konsumgüterwerbung im 20. Jahrhundert, in: Rolf Walter (Hg.), Geschichte des Konsums. Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, 23.-26. April 2003 in Greifswald, VSWG Beihefte 175, Wiesbaden 2004, S. 415-436.

- Ward, Janet, *Weimar Surfaces. Urban Visual Culture in 1920s Germany*, Berkeley 2001.
- Weil Davis, Simone, *Living up to the Ads. Gender Fictions of the 1920s*, Durham/London 2000.
- Weismann, Anabella, Zur weiblichen Leitbildentwicklung im Deutschland der 20er Jahre, *Sociologisch tijdschrift* 9.2 (1982), S. 238-279.
- Dies., *Froh erfülle Deine Pflicht! Die Entwicklung des modernen Hausfrauenleitbildes im Spiegel trivialer Massenmedien in der Zeit zwischen Reichsgründung und Weltwirtschaftskrise*, Berlin 1989.
- Wex, Marianne, ‚Weibliche‘ und ‚männliche‘ Körpersprache als Folge patriarchalischer Machtverhältnisse, Hamburg 1979.
- Wilks, Nicole, *Körpercodes. Die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung*, Frankfurt a.M. 2002.
- Williamson, Judith, *Decoding advertisements*, in: Rosemary Betterton (Hg.), *Looking on. Images of femininity in the visual arts and media*, London 1987, S. 49-52.
- Zatsch, Angela, Reich, schnell, mobil. Automobilwerbung zu Beginn des 20. Jahrhunderts, in: Peter Borscheid, Clemens Wischermann (Hg.), *Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts. Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg*, Studien zu Geschichte des Alltags Bd. 13, Stuttgart 1995, S. 282-293.

Die bekleidete Hand

Gesellschaftliche Funktionen des Handschuhs im Spiegel deutscher Anstandsliteratur zwischen Kaiserreich und Nachkriegszeit

Von Johanna Hofmann

Problemstellung und Quellen

Die Hand als „Werkzeug aller Werkzeuge“¹, als Sensor, der in die Welt greift, ist ein besonderer Teil des menschlichen Körpers. Daher erscheint es naheliegend, diesem Körperteil auch entsprechenden Schutz angedeihen zu lassen. Heute tragen wir den Handschuh vor allem zu diesem Zwecke, nämlich zum Schutz gegen Kälte oder bei der Arbeit. Was uns heute aber so selbstverständlich erscheint, nämlich die meiste Zeit völlig unbehandschuht durch den Alltag zu schreiten und den sozialen Stand unserer Mitmenschen am nur sehr bedingt am Handschuh zu erkennen zu können, war noch vor 130 Jahren ganz anders. Damals war der Handschuh, zumindest für einen Teil der Bevölkerung, fester Bestandteil der Kleidung beider Geschlechter. Das Tragen des Handschuhs ebenso wie dessen Aussehen waren sozial normiert, also gesellschaftlich konstruierten Verhaltensregeln unterworfen. Dieser Aufsatz geht davon aus, dass Kleidung neben ihrer primären Funktionen als Schutz vor Scham oder Witterung und als Schmuck² auch gesellschaftliche Funktionen erfüllt, wie etwa Inklusion/Exklusion oder die Vorfestlegung auf bestimmte Verhaltensmuster.³ Kleidung kann somit als gesellschaftlicher Code gelesen und gedeutet werden.⁴ Welche über den Schmuck hinausgehenden Funktionen der Handschuh zwischen Kaiserreich und Nachkriegszeit dabei erfüllte ist die zentrale Frage des Aufsatzes. Dabei wurde anhand von Kleidervorschriften in der Anstands- und Benimmliteratur die zwischen 18.. und 19.. erschienen sind, untersucht, wann und zu welcher Gelegenheit der Handschuh in der bürgerlichen Gesellschaft der jeweiligen Epoche von Frauen und Männern

¹ Aristoteles, zit. nach Schenda 1998, S. 352.

² Vgl. Schmidt 2012, S. 13 f.

³ Vgl. Ebner 2007, S. 16.

⁴ Vgl. Bovenschen 1997, S. 323.

getragen wurde und was das Bekleiden der Hand zeitgenössischen Mitglied der Gesellschaft anzeigte. Kurz: wie wurde der Code innerhalb der Gesellschaft gelesen? Ausgehend von den Ergebnissen der vorangestellten Fragen wurden daraufhin Schlüsse vom heutigen Standpunkt aus über die Gesellschaft der jeweiligen Epoche gezogen.

Im Umgang mit dem Umgang, bzw. der Umgangsliteratur ergeben sich einige Spezifika, die im Folgenden erläutert werden sollen: Bei Benimm- und Anstandsliteratur handelt es sich um Ratgeber, die die Benimm- oder Anstandsregeln ihrer jeweiligen Zeit und Gesellschaft zu vermitteln suchen und somit Verhaltensnormierung erzielen wollen. Da der Bezugsrahmen dieser Literatur weitestgehend einheitlich ist, werden auch keine weiteren Quellen wie etwa Gemälde, Fotografien oder Zeitschriften herangezogen. Konkret wurden die Benimmbücher auf das Thema Handschuh hin gesichtet. Diese wurden bezüglich der verschiedenen Epochen sortiert, und innerhalb der Epochen in Themengruppen unterteilt. Es wurde versucht, Adressat und Ziel jedes Titels zu erfassen.

Aus forschungspraktischen Gründen und in Ermangelung eines etablierten Kanons⁵ war eigenständig eine Auswahl zu treffen, die sich an den von Krumrey und Zillig erfassten Titeln, die um einige weitere, als wichtig eingestufte Titel ergänzt wurde. Nicht bzw. nur schwierig zugängliche Titel wurden nicht berücksichtigt. Ausgewertet wurden nur Texte mit Bezug zum Alltag, nicht zu spezifischen Kontexten (Hof, Militär, Duell, Arbeit) und mit bürgerlichen Lesern als Adressaten. Obwohl bereits die Konstruktion der Funktion des Handschuhs in der Anstandsliteratur der jeweiligen Epochen ein arbeitsreiches Unterfangen darstellt, wird über die Deskription hinaus versucht, den nachgezeichneten Funktionswandel zu erklären. Derartige Erklärungen können, angesichts fehlenden Abgleichs mit weiteren Quellen, natürlich nur tentativen Charakters sein. Sie stellen einen Ausgangspunkt für weitere Forschungen dar. Die Anstandsliteratur im Kaiserreich wird intensiver behandelt als in späteren Epochen, weil hier gleichzeitig eine grundlegende

⁵ Vgl. Zillig 2004, S. 45.

Einführung über das Genre präsentiert wird. Anders als in der Volkskunde meist üblich wird hier das Alltagsleben einer Oberschicht untersucht, was aber nicht zuletzt daher berechtigt ist, da in der bürgerlichen Gesellschaft des 19. Jahrhunderts Ideen und Praktiken entwickelt wurden, die bis heute nachwirken. Da die Anstandsliteratur nach dem Deutsch-Französischen Krieg 1870/71 und den beiden Weltkriegen besonders hohe Auflagenzahlen erreicht, erscheint es sinnvoll, die Analyse bis zur Nachkriegszeit auszudehnen. Deren Ende wird hier mit 1968 definiert, was die zahlreichen Umbrüche der Wirtschaftswunderzeit miteinschließt, die Deformalisierung der (Kleider-) Normen und den Bedeutungsverlust der Anstandsliteratur in der Folgezeit hingegen ausschließt.

Der Handschuh im Kaiserreich

Anstandsliteratur im Kaiserreich

Im Kaiserreich erreicht die Anstandsliteratur einen Boom (1900erJahre: 149 Neuauflagen und -erscheinungen),⁶ der sicher einem großen Bedürfnis nach Anleitung in Zeiten großen gesellschaftlichen Wandels (Industrialisierung, Verbürgerlichung, Bürokratisierung) entsprach.⁷ Inhaltlich findet ein Wandel von selbstreflexiv-philosophischer Ausrichtung⁸ zu Pragmatismus und Differenzierung statt („Rationalisierung des Lesens“).⁹ In Folge dessen weisen die Texte statt eines diskursiven Aufbaus nun eine handbuchartige Form auf, deren formale Strukturierung in Themenkapitel, die einzelnen Lebensbereiche (Privatheit, Öffentlichkeit) situativ (Besuch, Ball, Diner, Gruß, Briefescheiben, Kleidung) abhandeln. Hinzu kommen teilweise umfangreiche Register um das Nachschlagen zu erleichtern. Im Zuge der starken Verregelung des bürgerlichen Alltags werden auch (Kleider-) Normen im privaten Kontext behandelt. Diese neue Auffassung der Anstandsliteratur

⁶ Vgl. Krumrey 1984, S. 27.

⁷ Vgl. Häntzschel 1991, S. 69.

⁸ Diese Ausrichtung war in der Folge von Adolph Freiherr von Knigges „Über den Umgang mit Menschen“ (1788) für die Benimmliteratur des 18. Jahrhunderts bestimmend. Siehe dazu ausführlicher Döcker 1991, Schrott 2005.

⁹ Göttisch 1996, S. 69.

bringt auch einen Wechsel auf Seiten der Autoren mit sich, die sich v.a. aus Journalisten, Lehrern, Tanzlehrern und Schriftstellern, zusammensetzt. Auffällig ist hierbei, dass diese teils aus legitimatorischen Gründen (adlige) Pseudonyme verwenden (Konstanze von Franken, Ernst Höflich, Tante Lisbeth).¹⁰

Die Zielgruppe weitet sich – unter anderem auch durch die Entdeckung der weiblichen Leserschaft¹¹ – nicht nur aus, sondern diversifiziert sich immer stärker.¹² So entstehen eigene Bücher für „junge Mädchen“ oder den „Gentleman“. Dies steht im Kontext des erstmaligen sozialen Aufstiegs breiter Schichten.¹³ Die neu entstehende Mittelschicht der (Büro-) Angestellten, die auf der Suche nach ihrem Platz in der Gesellschaft ist, und sich eher nach oben als zur Arbeiterschaft hin orientiert, wird besonders umworben. Eine obere Grenze wird beim Adel gezogen, von dessen gekünstelter und überzogener Lebensweise sich die Literatur abgrenzt.¹⁴

Das Schreiben für eine neue Zielgruppe macht sich sowohl inhaltlich, als auch im Sprachstil bemerkbar. So ist zunächst eine Vereinfachung der Sprache bei gleichzeitiger Emotionalisierung festzustellen.¹⁵ Um die Verhaltensregeln auch durchzusetzen, bedienen sich die Autoren von Anstandsliteratur verschiedener rhetorischer Verfahren. Inhaltlich verallgemeinernde Tendenzen spiegeln sich in einer generalisierenden Ausdrucksweise, häufig in Kombination mit einem in der Befehlsform gebrauchten Indikativ wider.¹⁶ Der Tonfall variiert auf einer Bandbreite von fürsorglichem Rat bis zum militärischen Imperativ. Für den Fall der Nicht-Beachtung wird soziales Scheitern angekündigt: „Jeder, der wohlänständig sein will, soll nie auf der Straße ohne Handschuhe erscheinen.“¹⁷ Häufig bedienen sich die Autoren szenischer oder dialogischer Negativ-

¹⁰ Vgl. Döcker 1991, S. 60

¹¹ Dazu ausführlicher Schrott 2005, S. 89.

¹² Vgl. Schrott 2005, S. 79.

¹³ Vgl. Götsch 1996, S. 65.

¹⁴ Vgl. Schrott 2005, S. 92.

¹⁵ Vgl. Schrott 2005, S. 84.

¹⁶ Vgl. Hatmann 1990, S. 67.

¹⁷ Ernst 1896, S.75.

Beispiele, um suggestiv Realitätsnähe zu erzeugen. Die Vorbildhaftigkeit der „höheren Kreise“ wird anders als noch im 18. Jahrhundert nicht mehr in Frage gestellt, politische oder philosophische Fragen gar nicht mehr behandelt. Die Normen werden zu einem Regelwerk verkürzt, dessen Zustandekommen oder Sinn nicht mehr hinterfragt werden.

Der Anstandsliteratur wurde von der Soziologie lange ein repressiver Charakter attestiert. Die hohen Auflagen werden jedoch in neueren Forschungen durchaus als Nachfrage seitens der Aufstiegsorientierten gedeutet.¹⁸ Allerdings wird die Frage, ob die Benimm-Ratgeber ihr Versprechen, nämlich den Zugang zur höherstehenden Gesellschaft, halten können, überwiegend verneint, da im Rahmen der Sozialisation erlernte Regeln schwer nachgelagert erlernt werden können.¹⁹ Nichts könne das Erlernen von Umgangsregeln bei der Sozialisation ersetzen.

Analyse und Interpretation der Anstandsliteratur

Der Handschuh ist wie alle Kleidung damals stark formalisiert und gehört zur täglichen Kleidung für die Öffentlichkeit. Er ist Moden unterworfen, von deren strikter Befolgung die Anstandsliteraten jedoch abraten. Der Handschuh scheint auch, wie wiederholte ausführliche Hinweise zeigen, der Abgrenzung der höheren von den niederen Schichten zu dienen. Adressaten sind offenkundig Leser, in deren Schicht der Handschuh nicht selbstverständlich zur alltäglichen Kleidung gehört(e), und deren finanzielle Mittel nicht immer für eine gänzlich korrekte, bürgerliche Lebensweise ausreichen. In unterschiedlichem Ausmaß werden auch hygienische Gründe für das Handschuhtragen geltend gemacht.

Es findet eine funktionale Unterscheidung nach Farben statt: hell oder weiß für festliche Anlässe, dunkel für Alltag, Besuch und Reise, schwarz für Trauer. Diese Zuordnung ist aber nicht immer einheitlich. Schwarz ist einzig der Trauer vorbehalten. Für die Anstandsliteraten wird diese äußere Erscheinung

¹⁸ Vgl. Schrott 2005, S. 78.

¹⁹ Vgl. Schrott mit Bezug auf Bourdieu 2005, S. 95

gleichsam zum Spiegel innerer Haltung. Das Wissen um harmonisierende Farben wird aber auch, zum Beweis von Geschmack und somit von Kultur, zur Statussicherung eingesetzt. Wichtiger als die Farbgebung ist der Zustand der Handschuhe, die, obwohl sie vor Schmutz schützen sollen, immer sauber und unversehrt sein müssen. Hierbei ist natürlich die überindividuelle Repräsentationsfunktion der bürgerlichen Frau in der Öffentlichkeit zu beachten.

Im 19. Jahrhundert findet eine strenge Trennung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit statt, wobei auch der Besuch in Privathäusern, der Hausball, Dinner-Veranstaltungen u.a. der öffentlichen Sphäre zuzuordnen sind,²⁰ die in der Anstandsliteratur in eigenen Kapiteln ausführlich beschrieben wird. Die Aussagen zum Handschuhtragen durch Herren sind hingegen uneinheitlich. Hieraus kann geschlossen werden, dass Frauen den, eigentlich den Männern vorbehaltenen, öffentlichen Raum, nur mit den Handschuhen, also „beschützt“ betreten sollen. Auch für die Repräsentationsfunktion der Garderobe erscheint der Handschuh erforderlich. Abgelegt werden dürfen die Handschuhe aus Sicht der Mehrheit der Anstandsautoren nur am Esstisch, in Gegenwart von Verwandten und engen Freunden, beim Empfangen von Besuchern und bei der Eheschließung. Übrigens werden unterschiedliche Handschuhe für Zivil- und religiöse Trauung empfohlen, um den festlichen Charakter der religiösen Zeremonie zu unterstreichen.²¹ Auch hier ist davon auszugehen, dass in den unteren Schichten keine Handschuhe bei der Eheschließung getragen wurden.

Handschuh in der Weimarer Republik

Anstandsliteratur in der Weimarer Republik

Kriegsbedingt geht die Anzahl der Anstandstitel auf nur noch 96 (1910erJahre) zurück,²² steigt dann jedoch wieder auf einen neuen Höhepunkt an (149 Titel in den 1920erJahren).²³ Hinzu kommen (überarbeitete) Neuauflagen

²⁰ Vgl. Ernst 1896, S.75 f.

²¹ Vgl. York 1893, S. 187 ff.

²² Krumrey 1984, S. 27.

²³ Krumrey 1984, S. 27.

älterer Titel, deren Zahl nur schlecht ermittelt werden kann, sowie Bücher mit unbekanntem Erscheinungsjahr.²⁴ Dieser Trend geht eindeutig über einen reinen Nachholungseffekt hinaus, sprach man in der Weimarer Republik doch allgemein von einer Bücherkrise. Diese vermehrte Nachfrage auf dem Markt kann auf die massive Statusverunsicherung des Bürgertums in der neuen politischen Ordnung zurückgeführt werden. Umbrüche wie Revolution und Inflation, aber auch Medienrevolution produzierten neue soziale Aufsteiger, die Ratgeber zum Umgang in der besseren Gesellschaft suchen.

Der Literaturmarkt spezialisierte sich während der Weimarer Republik immer stärker; die Ratgeberliteratur avancierte immer klarer zum eigenen Genre.²⁵ Während die Autorenschaft im Wesentlichen dieselbe blieb, reagierte diese unterschiedlich auf die veränderten gesellschaftlichen und politischen Umstände: manche betrachteten den guten Ton als neues, klasseneinendes Allgemeingut, andere verharrten in der Lehre der guten Sitten von oben herab und stellen ihre Vermittlung als Privileg dar.²⁶ Religiös geprägte Autoren und Themen wie familiäre Pflichten nahmen zu.²⁷

Auch seitens der Adressaten machten sich die in Folge des Ersten Weltkrieges veränderten Lebensumstände bemerkbar: Die neuen Mittelschichten, symbolisiert im Berufsbild des (oder nun auch der) Angestellten verdrängten teilweise den alten Mittelstand. Als potentiell soziale Aufsteiger erhofften sich die Leser durch das Beherrschen von Benimmregeln Erfolg bei der Stellensuche und Beförderung im Beruf.²⁸ Dabei musste die Anstandsliteratur nun eine heterogenere Leserschaft ansprechen: Neben religiös geprägte und

24 Zillig 2004, S. 48.

25 Fischer/Füssel 2007, S. 6.

26 Schürmann 1994, S. 50.

27 Die stärkere Betonung christlicher, im Sinne von ‚nicht-jüdischer‘, Werte, stellt eine allgemeine Entwicklungstendenz der damaligen Gesellschaft dar, wie sie etwa in der immer stärkeren antisemitischen Aufladung der Programmatik der politischen Rechten seit der Jahrhundertwende zu beobachten ist. Es wäre aber zu spekulativ, die Entwicklungen in der Anstandsliteratur diesem Phänomen zuzuordnen. Vgl. Büttner 2008, S. 283-195

28 Schürmann 1994, S.51.

konservative treten säkulare und progressive Leser.²⁹ Während sich einige zeitgenössische Autoren (s.o.) gezielt an progressive Leser richten, werden konservative Leserschichten durch die Neuauflagen älterer Titel angesprochen. Die während des Kriegs erschienenen Titel gehen auf die Kriegssituation nicht direkt ein. Krieg und Revolution werden erst nachgelagert und indirekt thematisiert, meist in den Vorworten der Zwanzigerjahre, in denen allgemein die „veränderte Lebenssituation“ thematisiert wird. Teils wird jedoch auf die Ergänzungen hingewiesen.

Sparausgaben, wie „Das richtige Benehmen“, eine kostengünstigere, leicht gekürzte Ausgabe von „Der gute Ton“, belegen, wie die neuen Mittelschichten als Zielgruppe in den Vordergrund rücken.³⁰ Die inhaltliche Abgrenzung von wohlhabenden Schichten, z.B. durch die Kritik am Luxus, stellt einen klaren Bruch dar. Ebenfalls neu sind Passagen bis hin zu ganzen Kapiteln über den Sport sowie über öffentliche Verkehrsmittel und das Auto, die jeweils ganz neue Fragen der Etikette aufrufen. Viele inhaltliche Aspekte bleiben hingegen unverändert, weshalb in den folgenden Analysekapiteln nur noch die Veränderungen explizit erwähnt werden. So bleiben die Regeln und Normen bezüglich Familien- und Trauerfeiern im Wesentlichen konstant.³¹

Analyse und Interpretation der Anstandsliteratur

Im Zusammenhang mit neuen Schönheitsidealen der Frau wird das Handschuhtragegebot gelockert. Auch für Männer ist der Erhalt blasser Hautfarbe nicht mehr vorrangig; die Abgrenzungsfunktion zu körperlich arbeitenden Gesellschaftsschichten tritt also in den Hintergrund. Teils gelten nun sogar äußere Zeichen der Arbeit an den Händen als schön. Dies zeigt eindrucksvoll, dass so genannte Schönheitsideale zeitlich und räumlich gebundene Konstruktionen sind, die in der Folge veränderter politischen und wirtschaftlichen Situationen Schwankungen unterworfen sind.

²⁹ Natürlich sind Teile des Bürgertums jüdisch; und das Judentum wird in den Anstandsliteraturen, sicherlich auch bedingt durch die immer stärker werdende Assimilation, nicht explizit thematisiert. Dieses spezifische Thema soll an dieser Stelle jedoch nicht vertieft werden.

³⁰ Schramm 1930, S. 3.

³¹ Vgl. Gratiolet 1918; Kallmann 1926; Schramm 1930.

Besonders auffällig wird dies auch an der nun für Leser beiderlei Geschlechts ausgesprochenen Empfehlung aller Autoren, Sport zu treiben.³² Das neue Ideal des Sparens zeigt, dass hiervon auch sozioökonomische Ideale betroffen sind.

Erstmals wird Frauen empfohlen zur Schonung der Hände bei der Arbeit Handschuhe zu tragen, was einen weiteren Hinweis für den Statusverlust des Handschuhs ist, welcher somit von einem Status- zu einem Schutzobjekt wird.³³ Umstritten ist vor allem die Verzichtbarkeit des Handschuhs bei eher privaten Bällen und Abendgesellschaften. Viele Autoren, darunter die progressive Paula von Reznicek, raten aber nach wie vor zum Tragen der Handschuhe. Die Entwicklung ist komplex: wird in späteren Texten für die Straße eher wieder zum Handschuh geraten, rät man bezüglich Gesellschaften zunehmend davon ab. Die Begründung variiert aber: Neben dem guten Ton treten Schonung und Pflege. Schwarze Handschuhe werden nun auch außerhalb von Trauerkontexten erlaubt. Bei Tanzveranstaltungen wird der Handschuh aus hygienischen Gründen (verschwitzte Hand) eher befürwortet, teils wird jedoch gerade beim großen Abendanzug zum Handschuhverzicht geraten: „Der Abend hingegen bittet heut die Dame von Welt um das Decolleté der Hand: Was der Tag verschweigt, der Abend zeigt!“³⁴ Für den Herren ist der Handschuh hingegen nur noch von symbolischer Funktion. Er wird in der Hand getragen, aber nicht angezogen. Bei Besuchen gestatten nun einige Autoren, allerdings nur den Herren, die Handschuhe weg zu lassen. Damen sollen den Handschuh nur zum Händedruck beim Gruß abzulegen.³⁵ Diese Entwicklung stellt eine doppelte Intimisierung dar: Zum einen wird der Händedruck, der im Kaiserreich nur Verwandten zugestanden wurde, allgemein erlaubt. Zweitens wird durch den Händedruck ohne Handschuh nun der Hautkontakt ermöglicht.

³² Franken 1918, S. 8.

³³ Franken 1918, S. 9.

³⁴ Reznicek 1928 a), S. 36.

³⁵ Schramm 1930, S. 22.

Der Spaziergang als eigene Unternehmung wird immer weniger behandelt. Einige Autoren konstatieren, dass sich der öffentliche Raum in der Großstadt zunehmend miteinander unbekannten Menschen füllt. Dennoch wird zu tadelloser Kleidung geraten. Auch wenn sich die Kleidermode vor allem für die Frau durch das Wegfallen der Korsetts und die Verringerung des Stoffes revolutionär verändert, bleiben die Richtlinien, wie man sich in der Öffentlichkeit und auf der Straße richtig kleidet, im Wesentlichen gleich. Das Verhalten in Restaurants wird zunehmend thematisiert, in Reaktion auf die Berufstätigkeit der Frau. Frauen sollen den Handschuh selbst während des Essens anbehalten, anders als beim Essen in privaten Räumen.³⁶ Das Berufsleben rückt in der Anstandsliteratur stärker in den Vordergrund, nicht nur in Bezug auf Frauen, was erneut den reaktiven Zug dieser Literaturgattung zeigt: Im Zuge von Hyperinflation und dem weitgehenden Verschwinden der Gesellschaftsschicht der Rentiers/Privatiers müssen nun größere Schichten der (bürgerlichen) Gesellschaft einer Erwerbstätigkeit nachgehen. Trotz des Idealitätscharakters der Anstandsliteratur werden diese Veränderungen, vermutlich alleine schon aus Gründen der bloßen Ab-satz-, und damit Existenzsicherung, nachvollzogen. Dies belegt erneut den Konstruktionscharakter gesellschaftlicher Benimmregeln.

Für den Arbeitsplatz selbst wird Frauen empfohlen, auch selbst bei höheren Temperaturen Kostüm und Handschuhe zu tragen. Die Kleidung solle zudem der Stellung angemessen, und keinesfalls zu aufreizend sein, besonders beim Vorstellungsgespräch. Dies zeigt klar die Vorstellung an, die Frau könne nur geschützt in die Arbeitswelt treten.³⁷ Allgemein lösen sich kürzere Kleidungsstücke aber von ihrer Bindung an die Sexualität. Die Damenmode der 1920er Jahre (wadenlange Röcke, dünne Stoffe, ärmellose Kleider) ist freizügiger als je zuvor. Die Autoren raten aber unverändert, nicht unnötig Trends zu folgen, sondern lieber auf unauffällige, schlichte Kleidung zu setzen. Der häufige Aufruf, auf wenige, dafür hochwertige und langlebige Stücke wert

³⁶ Schramm 1930, S. 38, 62.

³⁷ Vgl. Spitzner-Bender 1932, S. 46.

zu legen, zeigt die veränderten finanziellen Verhältnisse in der Gesellschaft an. Durch intakte, saubere Kleidung und Handschuhe wird wie im Kaiserreich eine Statussicherung erzielt, allerdings geht es nun darum, trotz Bereitschaft zur körperlichen Arbeit (z.B. Hausarbeit) ressourcenschonend zu handeln und, im doppelten Sinn, sauber zu bleiben. Das Äußere repräsentiert also trotz der veränderten Umstände nach wie vor die innere Haltung. Handschuhe können aber nach wie vor die Rolle eines Statussymbols ausfüllen, zum Beispiel durch Verwendung teurer Materialien.³⁸

Der Handschuh im Nationalsozialismus

Anstandsliteratur im Nationalsozialismus

Die Anstandsliteratur verliert im Nationalsozialismus aus vielerlei Gründen quantitativ an Bedeutung. So geht die allgemeine Bücherproduktion bereits nach 1933 massiv zurück, und sinkt mit Kriegsbeginn erneut auf neue Tiefststände, infolge der Schließung jüdischer und linker Verlage sowie der Ressourcen-Knappheit.³⁹ Verlage gehen dazu über, statt neuen lieber bereits genehmigte Titel erneut aufzulegen, um die Kontrolle durch die Reichsschrifttumskammer und die Gefahr eines nachträglichen Verbots zu verringern. Die Anstandsliteratur erleidet einen Rückgang auf nur noch 52 neue Titel in den 1930er Jahren. Dieser Einbruch kann aber auch mit einem Bedeutungsverlust traditioneller Benimmregeln in der nationalsozialistischen Gesellschaft interpretiert werden.⁴⁰

Auch das Interesse am „kleinen Mann“ als Zielgruppe bleibt ungebrochen, Döcker interpretiert dies als Folge der Verschlechterung der „Wirtschaftslage und Verarmung ehemals wohlhabender Teile des Bürgertums“⁴¹ in den 30er Jahren. Aber natürlich ist auch die Überhöhung des einfachen Volkes in der nationalsozialistischen Ideologie, symbolisiert im Begriff der „Volksgemeinschaft“ und in der Selbstbezeichnung der Nazi-partei als

³⁸ Spitzner-Bender 1932, S. 46.

³⁹ Vgl. Wittmann, 1999, S. 370-373.

⁴⁰ Schürmann 1994, S. 52.

⁴¹ Döcker 1994, S.68.

„Arbeiterpartei“, ein Erklärungsansatz dafür, dass sich die Anstandsliteratur weiter von den großbürgerlichen Schichten als Referenzpunkt abwendet. So schreibt Helene Haluschka im Vorwort zu „Noch guter Ton?“:

„Auch hat sich die Gesellschaft der Menschen neu gestaltet. Klassenunterschiede sind im Scheiden, [...] auch dank dem ausgleichenden Existenzkampf der Nachkriegszeit, der alle Gesellschaftsschichten durcheinanderschob.“⁴²

Doch nach wie vor werden Praktiken vermittelt, die zutiefst bürgerlich erscheinen und sich somit kaum an ein wirtschaftlich schlecht gestelltes Publikum wenden können. Inhaltlich zeigen sich sowohl Kontinuitäten als auch Brüche. Der Grad der Anpassung an die nationalsozialistische Ideologie ist sehr unterschiedlich. Meist findet im jeweiligen Vorwort eine Bezugnahme auf die neuen politisch-ideologischen Verhältnisse oder die Darlegung des ideologischen Anspruchs statt. Während einige Texte im eigentlichen Buch die Benimmregeln nahezu in unveränderter Form übernehmen, ist in anderen Titeln eine inhaltliche Annäherung an die neue Ideologie hingegen deutlich merkbar. Ältere Texte werden zum Einen in nationalsozialistische Sprache und Vokabular umgeschrieben. Zum Anderen wird ein Lebensstil mit begrenzten finanziellen Mitteln und ohne Luxusgüter propagiert, getreu der nationalistischen Topoi von Einfachheit und Opferbereitschaft.

Die Existenzbedrohung von Autoren und Verlagen lassen eine Anpassung im Sinne eines „vorauselenden Gehorsams“ als wahrscheinlicher erscheinen als eine erfolgreiche Indoktrination. Die weitgehende Kontinuität ist aber auf jeden Fall bemerkenswert vor dem Hintergrund einer Politisierung aller Lebensbereiche und insbesondere des Bereiches von Bildung und Erziehung.

Analyse und Interpretation der Anstandsliteratur

In der Zeit des Nationalsozialismus wird der Handschuh seltener erwähnt, und es wird noch weniger häufig empfohlen, Handschuhe zu tragen.

⁴² Haluschka 1938, S. 8.

Anstelle eigener (Unter-) Kapitel einzuräumen, wird er nun in den Kapiteln zur Kleidung allgemein behandelt. Texte, die die Anstandsregeln der vorangegangenen Epochen im Großen und Ganzen fortschreiben, enthalten ausführlichere, detailliertere und reglementiertere Kleidervorschriften für verschiedenste Anlässe. Texte, die die nationalsozialistische Ideologie hingegen stärker aufnehmen und/oder in der Tradition der Weimarer Orientierung am vielumworbenen Kleinen Mann stehen, beschränken sich eher auf allgemeine Appelle zu Bescheidenheit und Sparsamkeit an. Angesichts der nationalsozialistischen Ideologie von „Volksgemeinschaft“ und „Opfer“ wohnt diesen Sparsamkeitsappellen trotz vermeintlicher Kontinuität allerdings immer auch ein qualitativer Bruch inne.

Aussagen wie

„[...] Handschuhe [...] [sind] nur ein praktischer Gebrauchsgegenstand [...], der gegen Staub oder Kälte schützen soll. Handschuhe werden nur noch wenig getragen.“⁴³

verdeutlichen den Bedeutungsverlust des Handschuhs. Obwohl uns hier erneut die hygienische Argumentation begegnet, ist bemerkenswert, dass die Schutzfunktion stark in den Vordergrund gerückt wird. Handschuhe verlieren also eindeutig an gesellschaftlicher Bedeutung, was am Nachsatz, diese würden nur noch selten getragen, klar ablesbar ist. Die vormals umfangreichen Angaben zu Farbe und Material fehlen nun.

Die Anstandsliteratur gibt nach wie vor Ratschläge zum Verhalten im öffentlichen Raum, aber nicht mehr dezidiert zu Spaziergang und Promenade, welche also ebenfalls einen Bedeutungsverlust erlitten. Hier wird teils noch zum Handschuh geraten, die man bei offenem Mantel nun aber in der Hand tragen darf, was in der Weimarer Zeit noch missbilligt worden wäre.⁴⁴ Die Großen Abendgesellschaften werden von vielen Autoren schon gar nicht

⁴³ Stein 1936, S. 40.

⁴⁴ Volkland 1941, S. 34.

mehr behandelt, oft mit dem Hinweis, dass diese aus der Mode gekommen seien. Im Zuge dieser Informalisierung wird der Handschuh auch dort kaum noch eigens erwähnt oder es wird, wenn auch mitunter im spöttischen Ton, davon abgeraten:

„Der Handschuh ist nicht mehr so unbedingtes Zubehör festlicher Geselligkeit. Er ist ein praktisches Kleidungsstück, das uns vor Kälte, Nässe und Schmutz bewahren soll, als zeremonielles Zubehör der Toilette gilt er aber nur mehr bei hochhoffiziellen Anlässen. Möglicherweise wird er auch da langsam abkommen. [...] Übrigens, meine Damen, Sie entblößen den Hals, die Schultern, ja den Rücken der Festlichkeit zuliebe, warum verstecken Sie so schamhaft Ihre unschuldigen Hände?“⁴⁵

Eine nackte, gepflegte Hand wird als ästhetischer empfunden als die in den Handschuh eingezwängte, was auch im Zusammenhang mit der Körperkult-Entwicklung in den 1930er Jahren gesehen werden kann. Einige konservative Autoren thematisieren auch noch Gesellschaften und raten dann dazu, Handschuhe anzuziehen.⁴⁶

Ähnlich wie der Spaziergang wird nun auch der Besuch zunehmend als überflüssig und unzeitgemäß eingestuft.⁴⁷ Teils werden die vormaligen komplexen Regeln sogar ins Lächerliche gezogen.⁴⁸ Manche Texte halten an diesen Regeln noch fest, erlauben aber wie auf der Straße nun, den Handschuh in die Hand zu nehmen.

Auch bezüglich Trauerfeiern findet eine Informalisierung statt. Dunkle Kleidung kann nun durch Trauerflor in Trauerkleidung umgewandelt werden, was auch als erneute Mahnung zur Sparsamkeit interpretiert werden kann. Auf Handschuhe kann, soweit keine schwarzen vorhanden sind, nun verzichtet werden.⁴⁹ Die bürgerliche Prämisse feierlicher Festkleidung wird hier zu-

⁴⁵ Haluschka 1938, S. 69 f.

⁴⁶ Vgl. Gleichen-Russwurm, 1939, S. 147.

⁴⁷ Haluschka 1938, S. 39.

⁴⁸ Schütte 1934, S. 50 f.

⁴⁹ Volkland, 1941, S. 136.

gunsten der Praktikabilität im Kriegsalltag eingeschränkt. Die Eheschließung wird nur noch in einer Quelle erwähnt; hier wird bis zum Ringwechsel zum Handschuh geraten. Auch auf Reisen solle man den Handschuh tragen;⁵⁰ meist aus hygienischen Gründen.⁵¹ Zwar gerät die Mode nicht völlig in den Hintergrund, die Handschuhe sollen zur übrigen Kleidung passen, aber es zeigt sich erneut die Verschiebung von gesellschaftlich-formellen Funktionen zum Gebrauchsscharakter des Handschuhs.

Der Handschuh in der Nachkriegszeit

Anstandsliteratur in der Nachkriegszeit

Für die vorliegende Untersuchung wird die Nachkriegszeit als der Zeitraum von 1945 bis 1968 verstanden. Für diese Zeit kann das Fortgelten formaler Kleidervorschriften unterstellt werden. Im Anschluss hingegen setzen, bedingt durch Studenten- und Hippiebewegung, eine Deformalisierung von Bekleidungsnormen und eine Pluralisierung (jugendlicher) Lebensstile und Subkulturen ein, die eine nahtlose Fortsetzung der Analyse erschweren. Betrachtet wird hier nur die Entwicklung der Anstandsliteratur in der Bundesrepublik, da die Entwicklung in der DDR zu spezifisch verlief.⁵²

Die Produktion von Anstandsbüchern kam gegen Kriegsende beinahe zum Erliegen. Bereits in den ersten Jahren nach 1945 war jedoch wieder ein deutlicher Aufwärtstrend zu verzeichnen. Das Jahrzehnt 1951-1955 stellt mit knapp 70 Titeln ein Allzeithoch dar, knapp gefolgt vom zweiten Jahrzehnt der 1950er Jahre mit über 60 Titeln.⁵³ Der Erfolg der Anstandsbücher in den Nachkriegsjahren lässt sich oberflächlich sicherlich mit dem Wunsch der Rezipienten nach Orientierung in einer Zeit gesellschaftlicher Umwälzungen erklären. Allerdings bekommt in dieser spezifischen Situation das Streben nach Regeln und deren Einhaltung und der vollzogene Rückbezug auf Vor-Nationalsozialistische Epochen, wie er in den Neuauflagen von Titeln aus dem

⁵⁰ Goetz 1937, S. 115.

⁵¹ Haluschka 1938, S. 69 f.

⁵² Vgl. Schürmann 1994, S. 57.

⁵³ Vgl. Schürmann 1994, S. 54.

Kaiserreich zu finden ist, eine neue Qualität. Das Einhalten von Regeln aus einer politisch weniger belasteten Zeit kann als symbolische Abkehr von der jüngsten Vergangenheit interpretiert werden. Das symbolische „Äußere als Spiegel für das Innere“ gewinnt nun wieder an Bedeutung.

Einzelne Bücher wie „Das 1x1 des Guten Tons“ wurden über eine Million Mal verkauft.⁵⁴ Dieser dritte Boom schwächte sich jedoch bereits in den 1960ern ab, als die Titel auf unter die Hälfte des Standes der 1950er sanken. Die Siebzigerjahre, als weniger als ein Drittel der neuen Titel der 1950er zu verzeichnen war, stellten dann ein Allzeittief dar (abgesehen von der Sondersituation der 1940er Jahre).⁵⁵

Die Autoren reagieren unterschiedlich auf den erneuten Systemwechsel, zumeist jedoch mit neuerlichen Überarbeitungen der Texte und einem erläuternden Vorwort. Die Titel werden teilweise vollständig geändert, etwa von „Noch guter Ton?“ (1938) zu „Was heißt schon anständig?“ (1950). Da der Inhalt der beiden Bücher nahezu gleich bleibt, kann hierin eine Strategie erblickt werden, einen belasteten Text mit neuem Titel zu besserem Absatz zu verhelfen. Einige Bücher verweisen bereits im Titel auf eine Restauration des guten Tones⁵⁶ nach einer Zeit der „Barbarei“: „Man benimmt sich wieder“ oder „Der gute Ton von heute“. Dies ist bemerkenswert, wenn man die eilfertige Anpassung nach 1933 bedenkt. Das Genre passt sich also überaus leicht an veränderte politische und gesellschaftliche Verhältnisse an. Die Autoren übermitteln die Botschaft, dass sich Sitten und Gebräuche zwar vereinfacht hätten, Verhaltensnormen aber unverändert wichtig seien:

„[...] In der ganzen Welt haben sich die sozialen und gesellschaftlichen Verhältnisse geändert, bei uns natürlich ganz besonders kraß. Die Wiederbelebung alter Sitten ist ebenso undurchführbar wie sinnlos, ebenso wenig möglich wie praktisch. Die vereinfachten Verhältnisse bedingen vereinfachte Umgangsformen, die unserer Knappheit an Geld, Raum und Zeit entsprechen.“⁵⁷

⁵⁴ Beck/Enßlin 1991, S. S. 54.

⁵⁵ Schürmann 1994, S. 54.

⁵⁶ Schürmann 1994, S. 54.

⁵⁷ Meissner 1952, S.12.

Verhaltensnormen werden somit zunehmend nicht mehr grundsätzlich-normativ, sondern funktional begründet, etwa, weil diese das Zusammenleben in der Gesellschaft erleichterten. Entgegen diesem integrativen Anspruch findet durch die vermittelten Umgangsformen aber doch eine Abgrenzung statt, insbesondere gegen die „Neureichen“. Soziale Aufsteiger sollten also die tradierten Normen auch deshalb erlernen, um nicht als zwar wohlhabende, aber anstandsregelblinde Neureiche dazustehen. Charakteristisch für die Nachkriegszeit ist die Entdeckung der Jugendlichen als neue Zielgruppe. Jugendliche verfügen im Zuge des Wirtschaftswunders zunehmend über eigenes Geld und rücken als Käufer derartiger Bücher in den Vordergrund.

In den Neuauflagen fehlen nun selbstverständlich nationalsozialistisches Vokabular und Inhalte weg. „An den proklamierten Tugenden und Verhaltensidealen sowie an den autoritären Methoden, um Jugendlichen gutes Benehmen beizubringen, änderte sich hingegen wenig.“⁵⁸ Auch der Aufbau der Texte orientiert sich meist an dem gewohnten Muster (detaillierte Inhaltsverzeichnisse, Register und Stichwortverzeichnisse) oder folgt, nach 1945 mit steigender Tendenz, einer lexikalischen Logik. Auf das Stilmittel des Dialogs wird immer häufiger zurückgegriffen. Anstelle von Zeichnungen ergänzen jetzt zunehmend aufwändig produzierte Fotos den Text. Kultureller und technischer Wandel spiegeln sich im Themenspektrum wider: Neue Themen wie das Gestalten einer Party kommen hinzu, Themen wie etwa das Einkleiden des Kutschers fällt weg.

Analyse und Interpretation der Anstandsliteratur

Der Handschuh gehört noch zur Mode, wird aber, vor allem für Männer, nicht mehr als zwingend angesehen. So gerät die Pflege der Fingernägel, insbesondere der farbige Nagellack, stärker in den Fokus. Die unbehandschuhte Hand wird also immer mehr zum alltäglichen Zustand.⁵⁹ Der Nagellack schützt nicht vor Blicken, ist also kein Ersatz für den Handschuh, sondern eher mit Schmuckgegenständen zu vergleichen. Dort wo der Handschuh noch

⁵⁸ Döcker 1994, S. 69.

⁵⁹ Vgl. Camrath 1953, S. 101.

als Bestandteil angemessener Bekleidung gesehen wird, werden zahlreiche Ausnahmen zugelassen, sodass er nur noch eine fakultative, schmückende Funktion innehat. Zu dieser Regel gesellen sich nun aber Ausnahmen, sodass er tendenziell auf eine schmückende Funktion reduziert wird.⁶⁰

Wie in den frühen 1920er Jahren finden sich in der unmittelbaren Nachkriegszeit wieder Tipps zum Sparen und Mahnungen zur Bescheidenheit. Geraten wird zu Schlichtheit und Zurückhaltung, und zu wenigen, gut ausgesuchten Stücken von hoher Qualität statt vieler minderwertiger. Als Folge der allgemein angebrachten Zurückhaltung angesichts des verlorenen Kriegs wird speziell dem deutschen Leser zur Zurückhaltung in Farben und Schnitten geraten. Auf sommerlich helle Farben solle man zugunsten ganzjährig tragbarer Töne verzichten.⁶¹ Nach 1945 verliert der Handschuh wie nach 1918 an Bedeutung. Als Luxusgut ist dieser verzichtbar, da weiten Kreisen eine bürgerliche Lebensführung nach Vorkriegsmaßstäben finanziell zunächst nicht mehr möglich war. Am Handschuh ist die enge Bindung von Konventionen in Mode und Bekleidung an die materiellen Grundlagen einer Gesellschaft also gut ablesbar. Mit dem Fortschreiten des Wirtschaftswunders zeigt sich nämlich schnell eine neue Luxusorientierung in kulturellen Praktiken und Kleidervorschriften und eine Rückkehr des Handschuhs: Nun wird wieder für jede Tageszeit und jeden Anlass ein passendes Outfit empfohlen. Es findet also ein Rückbezug auf bis ins Kaiserreich zurückreichende Traditionen der Kleidervorschriften statt.

„Handschuhe sind einfach immer vonnöten, wenn Eva aus dem Hause geht. Sie gehören zur sportlichen Vormittagskleidung, zu Rock, Bluse oder Pullover und Trench- oder Dufflecoat ebenso wie zur eleganten Nachmittagsaufmachung und zur kleinen bis großen Abendtoilette.“⁶²

⁶⁰ Vgl. Schnittenhelm, 1955, S. 93-95.

⁶¹ Vgl. Meissner 1952, S. 62-77.

⁶² Graudenz 1961, S. 167.

Auch Herren wird jetzt wieder zum Besitz mehrerer Paar Handschuhe geraten.⁶³ Der steigende Differenzierungs- und Komplexitätsgrad der Kleidervorschriften zeigt sich nun auch in tabellarische Übersichten.⁶⁴ Damen rät man für den Sonntagsspaziergang, dem letzten Rest der kaiserzeitlichen Kultur der Promenade, ebenfalls zum Handschuh. Auch zur „Großen Abendgarderobe“ gehört der Handschuh, zumindest für die Damen.⁶⁵ Zum Gruß soll der Handschuh nun ausgezogen werden.⁶⁶ Die hygienische Argumentation ist nach wie vor vorhanden, sodass man nun teils zu Ersatzlösungen wie in der Hand gehaltenen Taschentüchern rät.⁶⁷ Für die neuartige Cocktail-Party wird geraten, die Handschuhe ausgezogen in der Hand zu halten.⁶⁸ Da der förmliche Besuch nun endgültig durch das zwanglose, freundschaftliche Beisammensein ersetzt, gibt es hier keine formalen Vorgaben mehr für Kleidung und Handschuh. Trägt man jedoch Handschuhe und setzt sich zu Tisch, dann soll man diese ausziehen.⁶⁹

Für kirchliche Trauungen wird der Handschuh Braut und Bräutigam nach wie vor vorgeschrieben; bei den Herren richtet sich die Farbe nach der übrigen Kleidung (Cutaway oder Frack).⁷⁰ Bei Trauerfeiern werden neben schwarz nun auch gedeckte Farben erlaubt. Der Handschuh wird nicht durchgängig vorgeschrieben. Überraschenderweise wird inzwischen teils zu weißen Handschuhen, teils unverändert zu schwarzen geraten.⁷¹

Exkurs: Der Gruß

Im Zusammenhang mit dem Grüßen werden Handschuhe am häufigsten behandelt. Der Gruß ist ein ist komplexes soziales Konstrukt. Man kann den Gruß als Quintessenz der Anstandsregeln verstehen. Seine Regeln ändern sich

63 Vgl. Gaudenz 1961, S.191.

64 Vgl. Illas 1961.

65 Vgl. Chamrath 1953, S. 26, Kamptz-Borken 1954, S. 110.

66 Vgl. Chamrath 1953, S. 104.

67 Kamptz-Borken 1954, S.104

68 Vgl. Gaudenz 1961, S. 345.

69 Vgl. Gaudenz 1961, S. 375 f.

70 Vgl. Dietrich 1955, S. 143, S. 282 und Gaudenz, S. 142, S. 191.

71 Vgl. Oheim 1955, S. 102, S. 92 und Gaudenz, S. 191.

im Untersuchungszeitraum stark, weshalb es sich anbietet, ihm einen kurzen Exkurs zu widmen.

Der Gruß ist die „Minimalform gesellschaftlichen Kontaktes“; er garantiert „die geltenden Formen respektierendem Umgang“.⁷² Deshalb kommt ihm in der bürgerlichen Gesellschaft mit ihrer nach unten ausschließenden Tendenz auch eine so große Bedeutung zu: Wer den Gruß richtig beherrscht signalisiert dadurch die Zugehörigkeit zur gleichen Gesellschaftsschicht. Neben Rang(un)gleichheit kann der Gruß aber auch Intimität im Liebes-, Verwandtschafts- oder Freundschaftsverhältnis anzeigen. Spezifische (Sub-) Kulturen kennen feste Regeln, wer wen grüßen muss (Militär, Unternehmen); es gibt gleichheitsbetonte und ungleichheitsbetonte Grußformen.⁷³

Mit Ausnahme des gesprochenen und geschriebenen Grußes steht jeder Gruß potenziell mit dem Handschuh in Beziehung. Infrage kommen vor allem Handschlag, Händeschütteln und Handkuss.

Im Kaiserreich herrschte noch nicht das Grüßen durch Handschlag vor, sondern das Lüften des Hutes (Hutziehen) und das Kopfnicken bzw. die Verbeugung. Hier galt die Regel „Der Höherstehende grüßt zuerst den Niederstehenden, der Ältere den Jüngeren, der Herr die Dame.“ Nur bei Besuchen war der Händedruck zulässig. Außer bei Verwandten und engen Freunden mussten dabei Handschuhe getragen werden.⁷⁴ Berührungen und selbst der Anblick nackter Hände, wurden also als äußerst intim empfunden; der Handschuh übernahm sogar Funktion eines dazwischen geschalteten Abstandshalters. Bei weniger privaten Besuchen, wie einer größeren Gesellschaft, war hingegen durch eine Verbeugung zu grüßen.⁷⁵ Der Handschuh wurde dabei nicht abgelegt. Schürmann stuft den Händedruck als Gleichheit betonende Grußform ein, was aber insofern relativiert werden muss, als dass die Regeln zur Einleitung des Grußes streng zwischen Höherstehenden und

⁷² Schürmann, 1994, S. 156.

⁷³ Vgl. Schürmann, S.156 ff.

⁷⁴ Vgl. Eltz 1908, S. 348.

⁷⁵ Vgl. Kistner 1905, S. 51.

Niedrigerstehenden unterscheiden: Zu einer Zeit, als der Handschlag in England bereits weit verbreitet war,⁷⁶ befürchtete man in Deutschland noch, das Handreichen könne in weit „wildere“ Intimitäten ausarten.

In der Weimarer Republik wird der Handschlag immer normaler. Trägt man Handschuhe, so muss man diese nun weder dafür ausziehen noch sich für deren Anbehalten entschuldigen.⁷⁷ Es findet also eine Informalisierung statt; das Berühren der Hände wird von einer intimen Geste in relativ kurzer Zeit zu einer normalen Grußform. Dies ist unter Umständen durch den schnellen Abbau sozialer Ungleichheit durch Krieg, Revolution, Demokratisierung und Inflation zu erklären. Insbesondere in der Kirche sei nicht durch Händedruck zu grüßen – diese Grußform wird also teils noch immer der Intimsphäre zugeordnet.⁷⁸ Dieses Nebeneinander zweier Tendenzen ist typisch für die Anstandsliteratur der Weimarer Zeit. Hieraus kann einerseits auf die Statusverunsicherung der bürgerlichen Gesellschaft und deren Reflexion im konservativen Segment der Anstandsliteratur geschlossen werden, andererseits aber auf den progressiven Zeitgeist, der offenkundig seinen Ausdruck in den Modernisierungen affirmierenden Segment der Anstandsliteratur fand.

In den Anstandsbüchern der 1930er und 1940er Jahre scheint der Händedruck bereits vollkommen normal. Allerdings wird nun wieder gefordert, beim Gruß mittels Händedruck den Handschuh auszuziehen, wenn das Gegenüber keine Handschuhe trägt. Diese Entwicklung kann man als reaktionär im Sinne eines Zurückfallens in die Zeit vor der progressiven Weimarer Republik interpretieren, oder aber als Ausdruck des Gleichheitsgedankens der propagierten „Volksgemeinschaft“. Für uniformierte Soldaten galten eigene, in der Kleidervorschrift fixierte Regeln.⁷⁹ In der Zeit des Nationalsozialismus veröffentlichten Büchern wird auch die neue Grußform des „Deutschen Grußes“ („Hitler-Gruß“) eingeführt, zu denen beiden Geschlechtern geraten wird, um jeden Anschein einer Gegnerschaft zum Regime zu vermeiden.

⁷⁶ Vgl. Schürmann 1994, S. 162 f.

⁷⁷ Vgl. Eichler 1928, S. 140.

⁷⁸ Vgl. Schramm 1930, S. 12 ff, S. 59.

⁷⁹ Vgl. Stein 1936, S. 34 f.

Interessant ist, dass trotz dieses Uniformierungsgedankens bei der Einleitung des „Deutschen Grußes“ die althergebrachten Regeln fortgelten: Höherstehende, Ältere und Herren grüßen zuerst usw. Die Normativität aus der bürgerlichen Gesellschaft vor der Machtübernahme gilt also teilweise fort.

In der Nachkriegszeit scheint das Hutziehen hingegen wieder in Mode zu kommen. Hieran kann ein Wunsch zu einem deutlichen Bruch mit den dezidiert nationalsozialistischen kulturellen Praktiken und zu einer Rückbesinnung auf die Grußformen des Status quo ante gesehen werden. Die Ausführlichkeit, denen die Grußregeln nun erläutert werden, bis hin zu Verhaltensregeln für Begegnungen geschiedener Eheleute, zeigen die allgemeine Verunsicherung der damaligen Zeit an.⁸⁰ Die Rolle der Handschuhe ist umstritten; es wird nun aber wesentlich häufiger dazu geraten, die Handschuhe auszuziehen. Zu dieser Regel gibt es aber explizite Ausnahmen, etwa für alte Damen im Winter, für Damen allgemein oder gute Bekannte.⁸¹

Die Regeln zum Handkuss bleiben erstaunlich konstant. Allerdings spielt der Handschuh dabei keine größere Rolle.

Resümee

Die Aufgabe dieses Aufsatzes war es, den Funktionswandel des Handschuhs zwischen 1871 und 1968 unter Auswertung der deutschsprachigen Anstandsliteratur nachzuzeichnen. Dieser Quelle muss man sich mit einer gewissen Vorsicht nähern, denn selbst hohe Auflagen sagen wenig über die tatsächliche Alltagsrelevanz aus. Unter Berücksichtigung dieses Vorbehalts hat sich die Anstandsliteratur jedoch als aufschlussreiche, ergiebige Quelle erwiesen. Die Texte beantworten die Frage, welche Funktionen die Anstandsautoren der jeweiligen Zeit dem Handschuh als Kleidungsstück zubilligten, und wem und in welchen Kontexten das Tragen eines Handschuhs empfohlen wurde. Es konnte auch gezeigt werden, welche gesellschaftlichen Funktionen der Handschuh in

⁸⁰ Vgl. Chamrath 1953 S. 93 ff.

⁸¹ Vgl. Haluschka 1950, S. 78 und Holm 1971, S.37, S. 61.

den jeweiligen Epochen hatte. Im Kaiserreich mit seiner starken Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit kommt dem Handschuh eine Indikatorfunktion zu: Der Handschuh, der von beiden Geschlechtern zu wechselnder Kleidung getragen wird, ist hier eine Konstante. Gleichzeitig ist er auch ein Mittel zur Inklusion bzw. Exklusion. Wer den richtigen Handschuh zum richtigen Anlass auszuwählen wusste, wer ihn im rechten Moment auszog bzw. anbehielt, der signalisierte damit, einer bestimmten Gesellschaftsschicht anzugehören und deren Regeln zu kennen. Verhaltensregeln werden häufig modifiziert, aber selten völlig ersatzlos gestrichen, so darf der Handschuh im Laufe der Zeit häufiger abgelegt werden. In den Anstandsliteraturen der Weimarer Republik werden viele Fragen diskutiert, wie etwa das Tragen und Mitführen des Handschuhs, das korrekte Kleidungsverhalten von berufstätigen Frauen und das Grußverhalten in Form des in Mode kommenden Händedrucks. Hier korrelieren Berührungsnorm und Heterogenität im Tragen des Handschuhs sowie Geschlechterkonzepte. Im Nationalsozialismus entsteht mit dem Hitler-Gruß eine völlig neue Form des Grüßens.

Zu beachten sind geschlechterspezifische Wandlungsprozesse: Während sich für den Herren der Bedeutungsverlust des Handschuhs mit einer allgemeinen Deformalisierung im Zuge einer allgemeinen Einebnung von sozialen Unterschieden in den beiden Epochen erklären lässt, scheint die Lockerung der Handschuhpflicht für Damen in der veränderten Wahrnehmung des Geschlechts begründet zu sein.

In den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg lässt sich in der Anstandsliteratur stellenweise die Tendenz zum Rückbezug auf die Umgangsregeln vor den Weltkriegen feststellen. Es bleibt aber beim Bedeutungsverlust des Handschuhs. Dieser dient nun nicht mehr der Verhüllung des, vor allem weiblichen, Körpers und nur noch bedingt der Distinktion gegenüber niederen Schichten. Die Anstandsregeln scheinen jetzt zumindest aus der Sicht der Benimmautoren für „Jedermann“ zu gelten. In der Damenmode verliert der Schutzcharakter des Handschuhs an Bedeutung gegenüber dem Schmuckcharakter. Der Handschuh wird nun zu einem modischen Accessoire.

Quantitativ ist das Kaiserreich in der Quellenanalyse am ausführlichsten behandelt worden, weil die hier rekonstruierten Regeln die ausführlichsten, differenziertesten und interessantesten waren, und weil sie mit den heutigen am auffälligsten kontrastieren. Aber auch die anderen Epochen erlaubten substanzielle Aussagen. Dadurch ist es möglich gewesen, das dritte Ziel dieser Arbeit in Angriff zu nehmen, nämlich aus den Funktionen des Handschuhs und deren Wandel tentative Schlüsse zur allgemeinen (kulturgeschichtlichen) Charakterisierung der jeweiligen Zeitabschnitte zu treffen. Diese sind weder bahnbrechend noch kontraintuitiv: Die Demokratisierung der Weimarer Epoche macht vor der Anstandsliteratur ebenso wenig halt wie die „Gleichschaltung“ im Nationalsozialismus. Insgesamt ist die Anstandsliteratur aber strukturkonservativ. Sie bildet nie die Speerspitze des Fortschritts, hinkt der Aktualität meist hinterher, vollzieht progressive Trends aber teils überraschend deutlich nach – teilweise um beim nächsten Umbruch wieder weit dahinter „zurückzufallen“.

Die wichtigste Erkenntnis ist also der wechselhafte, oder kritisch betrachtet, willkürliche Charakter der Anstandsliteratur, deren Normen und Regeln einer stark schwankenden Konjunktur unterworfen sind. Sie stellt also selbst eine Mode dar. Die häufigen Inkonsistenzen und Widersprüche zeigen, dass Anstandsliteratur kein festes Regelwerk, sondern einen ein kulturpraktischer Diskurs darstellt.

Die zweite Schlussfolgerung ist die eindeutige Abhängigkeit der dargelegten Regeln, Normen und Werte vom Zeitkontext. Am deutlichsten wird dies bei den vielen verschiedenen Anpassungsstrategien während des Nationalsozialismus. Bereits die Lektüre des Vorwortes genügt zur Einordnung des Erscheinungszeitraums, vor oder nach 1933. Auch andere drastische gesellschaftliche Einschnitte spiegeln sich unmittelbar wider. So ist die Forderung nach Bescheidenheit in den Jahren nach dem Ersten und Zweiten Weltkrieg eine direkte Reaktion auf die Erfahrung von Not, (Vermögens-)Verlust, Vertreibung, Umverteilung und Aufstieg. Umgekehrt neigt die Anstandsliteratur zu Luxus und Differenzierung zu Zeiten (relativen) Wohlstands. Im Genre wechseln

sich wie in der Gesamtgesellschaft der Weimarer Republik ein früher, egalitär-demokratischer Impetus und Restaurationstendenzen ab, in denen man nicht nur einen Repräsentanten der alten Zeit zum Reichspräsidenten wählt, sondern sich eben „wieder benimmt“.

Ausblick: Von der Norm zur Bedeutungslosigkeit – zum Verschwinden des Handschuhs

Unterm Strich dürfte eines unstrittig sein: Der Handschuh, um 1880 noch mehrfach vorhandener obligatorischer Bestandteil jeder Garderobe, verliert jenseits der Sport- und Schutzfunktion an Bedeutung. Unterstellt man also ein lineares und kein zyklisches Geschichtsbild, so ist davon auszugehen, dass der Handschuh heute endgültig kein Träger gesellschaftlicher Funktionen und kein Indikator für Schichtzugehörigkeit mehr ist. Die Bestimmung der genauen Ursachen hierfür liegt ist ein erster Ansatzpunkt für weitere Forschungen, beispielsweise durch einen Vergleich mit ähnlichen Kleidungsstücken, die an Bedeutung verloren haben (Herrenhut, Weste). Es erscheint aber auch sehr lohnend, die bereits bestehenden Befunde (?) zum Handschuh mit weiteren Quellen (Modezeitschriften, Fotografien) zu vergleichen. Auch eine genaue Nachzeichnung, wie viel Haut zu welcher Zeit verhüllt wurde und ein Vergleich mit aktuellen, eventuell religiös geprägten, Verhüllungsnormen, würden sich lohnen.

Eine andere Richtung für weitere Forschung zum Thema wären transnationale und -kulturelle Vergleiche. Ebenso ergiebig erscheint noch ein dritter Strang, nämlich die vertiefte Bestimmung dessen, welche Relevanz die Anstandsliteratur zur jeweiligen Zeit hatte. Gelänge es, durch das Studium von Zeitzeugenberichten, Belletristik, (Auto-) Biografien, oral history und dergleichen, klarer herauszuarbeiten, wie, wie stark und wessen Alltag von den in der Anstandsliteratur aufgestellten Regeln und Normen tatsächlich geprägt wurde, so würde das die hier vorgenommene Nachzeichnung der Funktion und der daraus gezogenen tentativen Schlüsse natürlich auf eine viel festere und aussagekräftigere Basis stellen.

Johanna Hofmann studierte von 2008-2013 Europäische Ethnologie/ Volkskunde, Kunstgeschichte und Neuere Deutsche Literaturwissenschaft an der Universität Augsburg. Der Aufsatz basiert auf ihrer Masterarbeit „Der Handschuh zwischen Kaiserreich und Nachkriegszeit - Gesellschaftliche Funktionen eines modischen Accessoires im Spiegel deutschsprachiger Benimm- und Anstandsliteratur“.

Quellen- und Literaturverzeichnis

Benimm- und Anstandsliteratur

- Andreae, Illa. Die Kunst der guten Lebensart. Freiburg u.a.: Herder, 1961. Baudissin, Wolf Graf / Baudissin, Eva Gräfin von. Spemanns goldenes Buch der Sitte: Eine Hauskunde für Jedermann. 1. Aufl. 1 Bd. Berlin; Stuttgart: Spemann, 1901.
- Berger, Otto. Der gute Ton: Das Buch des Anstandes und der guten Sitten. 1886. Aufl. Holzminden: Reprint-Verl. Leipzig, 2009.
- Bodanüs, Walter. Benehmen und Lebenszuschnitt in gebildeten Kreisen. 3. Aufl. Konstanz: Aktiengesellschaft Oberbadische Verlagsanstalt, 1929.
- Calm, Marie. Die Sitten der guten Gesellschaft: Ein Ratgeber für das Leben in und außer dem Hause. 1. Aufl. Stuttgart: Engelhorn. J., 1886.
- Chamrath, Gustav. Lexicon des guten Tones. Wien: Ullstein, 1953. Dietrich, Heinz. Menschen miteinander: Ein Brevier des taktvollen und guten Benehmens. Herrmann, Marieluise. Berlin u.a., 1955.
- Dietrich, Heinz. Menschen miteinander: Ein Brevier des taktvollen und guten Benehmens. Herrmann, Marieluise. Berlin u.a., 1965.
- Eichler, Lilian. So oder so?: Fingerzeige für gesellschaftlichen Erfolg. 5. Aufl. Stuttgart: Dieck & Co, 1928.
- Eltz, J. (Tony Kellen) von. Das goldene Anstandsbuch: Ein Wegweiser für die gute Lebensart zu Hause, in Gesellschaft und im öffentlichen Leben. 5. (verbesserte und vermehrte Auflage). Essen (Ruhr): Fredebeul & Koenen, 1908.
- Eltz, J. von. Das goldene Anstandsbuch: Ein Wegweiser für die gute Lebensart zu Hause, in Gesellschaft und im öffentlichen Leben. 13. (66. bis 75. Tausend). Essen (Ruhr): Fredebeul & Koenen, 1926.
- Ernst, Clara. Der Jungfrau feines und taktvolles Benehmen im häuslichen, gesellschaftlichen und öffentlichen Leben. 2. Aufl. Mülheim: Julius Bagel, 1896.
- Franken, Konstanze (Helene Stöckl) von. Handbuch des guten Tones und der feinen Sitte. 39. Aufl. Berlin: Max Hesses Verlag, 1918.
- Gleichen-Russwurm, Alexander von. Der gute Ton: Ein Ratgeber für richtiges Benehmen in allen Lebenslagen. 1932. Leipzig: Hachmeister & Thal. Verlag, 1939.
- Goetz, Ruth. Durch gute Lebensart zum Erfolg. Leipzig, 1937.
- Gratiolet, K. (. Karin Struppe). Schliff und vornehme Lebensart. Naumburg a.S.: Die Verlagsanstalt Schule des Lebens, 1918.
- Graudenz, Karlheinz. Das Buch der Etikette. Pappritz, Erica. 5. Aufl. Marbach: Perlen, 1961.
- Haluschka, Helene. Noch guter Ton?: Ein Buch für Anständige. 1. Aufl. Graz: Ulrich Moser Verlag, 1938.
- Haluschka, Helene. Was heißt schon anständig?: Ein Buch für Anständige. 4. (1. Auflage unter dem Titel ‚Noch guter Ton‘ erschienen). Graz: Ulrich Moser Verlag, 1950.
- Höflich, E. Wie benehme ich mich? Der gute Ton daheim und draußen. Sammlung „Hilf dir selbst!“ 15. Bonn: Stollfuß, 1936.
- Holm, Katja (Marie-Louise Fischer). Die neue Etikette für junge Leute Die neue Etikette für junge

- Leute. München: Schuler Verlagsgesellschaft, 1971.
- Kallmann, Emma. Der feine Ton. 1891. Berlin: Hugo Steinitz, 1926.
- Kamptz-Borken, Walter von. Der gute Ton von heute: Gesellschaftlicher Ratgeber für alle Lebenslagen. Freilassing: Erwin Hagen Verlag, 1954. Kistner, A. Schicklichkeitsregeln für das bürgerliche Leben: Ein A-B-C-Buch. 1886. Guben: Albert Koenig, 1905.
- Koebner, Franz Wolfgang. Der Gentleman. Ein Herrenbrevier. Berlin: Verl. Dr. Eysler, 1913.
- Liesbeth, Tante Liesbeth. Anstandsbüchlein für junge Mädchen. Regensburg: Habbel, 1910.
- Lütt, Isa von der. Das feine Dienstmädchen wie es sein soll. Eine Gabe für Hausfrauen und Dienstmädchen. 1. Aufl. Bad Langensalza: Rockstuhl, 2011.
- Meissner Hans-Otto. Man benimmt sich wieder. 7. völlig neubearbeitete und ergänzte Auflage. Gießen: Brühlscher Verlag, 1952.
- Oheim, Gertrud. Einmaleins des guten Tons. 7. Aufl. Gütersloh: Bertelsmann, 1955.
- Reznicek, Paula und Burghard von. Der vollendete Adam: Das Herrenbrevier. 2. Aufl. Stuttgart: Dieck & Co, 1928 b).
- Reznicek, Paula von. Auferstehung der Dame. 2. Aufl. Stuttgart: Dieck & Co, 1928 a).
- Rumpelstilzchen (Adolf Stein). Wir benehmen uns! Ein fröhliches Buch für Fähnrich, Gent und kleines Fräulein. Berlin, 1936.
- Samsreither, J. V. & Sohn. Der Wohlanstand: Ein Lehrbuch für das richtige Benehmen in den verschiedenen Lebenslagen, für Anstand, Höflichkeit, Artigkeit, über Menschenkenntnis, Erziehung usw., sowie für die Theorie und Praxis des Tanzes. 1893. 2. Aufl. Altona: Hammerich & Lesser, 1900.
- Schnittenhelm, Rosemarie. Von Tag zu Tag: Das Große Mädchenbuch. 6. Aufl. Stuttgart: Franck'sche Verlagshandlung, W. Keller, 1955.
- Schramm, Hermine (Hermine Meißner). Das richtige Benehmen. Berlin: Schultze, 1930.
- Schütte, Carl. Willst du erfahren, was sich ziemt? Ein lustiges und lehrreiches Handbuch für die Jugend im Dritten Reich. Caputh-Potsdam, 1934.
- Spitzner-Bender, Gustel. Lebendige Form: Ein Büchlein vom Äußeren Verhalten und vom Inneren Sein. Innsbruck ; München u.a.: Verlagsanstalt Tyrolia, 1932.
- Volkland, Alfred. Überall gern gesehen: Neuzeitliche Ratschläge und Winke für gewinnendes Benehmen, gewandtes Auftreten und gute Umgangsformen. Mühlhausen/Tübingen: G. Danner, 1941.
- Weber, Annemarie. Hausbuch des guten Tons: ein Knigge von Heute. Berlin: Falken-Verlag, 1955.
- Wedell, J. von. Wie soll ich mich benehmen? Ein Handbuch des guten Tones und der feinen Lebensart. In Aufnahmen nach dem Leben unter Mitwirkung hochgestellter Persönlichkeiten herausgegeben von J. v. W. Stuttgart: Levy & Müller, 1897.
- Wolter, Irmgard. Benimm-Brevier für junge Menschen. Falken-Bücherei 148. Berlin: Falken-Verl, 1958.
- York, B. von. Lebenskunst. Die Sitten der guten Gesellschaft auf sittlich-ästhetischer Grundlage. Ein Ratgeber in allen Lebenslagen. Auf Anregung hervorragender Persönlichkeiten herausgegeben von B. v. York. Leipzig: Adalbert Fischers Verlag, 1893.

Literatur

- Beck, Stefan und Enßlin, Gabi: Sonst drückt sich alles durch: Etikettevorschriften gegen Peinlichkeit. In: Partykultur? Stefan Beck (Hg.), Tübingen 1991.
- Beitl, Klaus, (Hg): Probleme der Gegenwartsvolkskunde. Referate des Österreichischen Volkskundetagung 1983 in Mattersburg, Wien 1985. Bönsch, Annemarie: Formengeschichte europäischer Kleidung, Wien 2011. Böth, Gitta: Die Mode und die Volkskunde. In: Sich kleiden. Gitta Böth (Hg.) Marburg 1989, S. 9-11.
- Bovenschen, Silvia: Kleidung. In: Vom Menschen. Handbuch historische Anthropologie. Christoph Wulf (Hg.), Weinheim 1997, S. 231–243.
- Büttner, Ursula: Weimar. Bonn 2008.
- Cumming, Valerie: Gloves. London u.a 1982.
- Döcker, Ulrike: Die Ordnung der bürgerlichen Welt. Verhaltensideale und soziale Praktiken im 19. Jahrhundert. Frankfurt u.a. 1994.

- Döpfner, Anna: Handschuhkreationen. Erzeugnisse der Ascher Handschuhfertigung aus der Sammlung des Textilmuseums Aš, Tschechien; eine ganz kleine Handschuhgeschichte. Marktbreit 2000.
- Ebner, Claudia: Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld 2007.
- Fischer, Ernst/Füssel, Stephan: Kultur und Gesellschaft: Signaturen der Epoche. In: Die Weimarer Republik 1918 - 1933; Teil 1. Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Ernst Fischer und Stephan Füssel (Hg.), München 2007, S. 5–28.
- Geißler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. 3. Aufl. Wiesbaden 2002.
- Göttisch, Silke: Motto: „bleibt natürlich!“ Zur Vermittlung geschlechtsspezifischer Körpersprache in Anstandsbüchern. In: Ueli Gyr (Hg.), Schweizerisches Archiv für Volkskunde. Halbjahresschrift im Auftrag der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde. Heft 1, Basel 1996, S. 63–78.
- Haberl, Tobias: „Schmutzige Angelegenheit.“ SZ-Magazin. 13. Mai, 19, S. 18–22.
- Hänzschel, Günter: Zur Bildung und Kultur Bürgerlicher Frauen im 19. Jahrhundert. In: Alain Montandon (Hg.), Über die deutsche Höflichkeit: Entwicklung der Kommunikationsvorstellungen in den Schriften über Umgangsformen in den deutschsprachigen Ländern. New York u.a. 1991, S. 197–213.
- Hartmann, Andreas: Der eigensinnige Körper. Über Physis und Anstand im 20. Jahrhundert. In: Jahrbuch für Volkskunde, Heft 13, Würzburg 1990, S. 63–74.
- Keim, Wolfgang: Bildung versus Ertüchtigung. Gab es einen Paradigmenwechsel im Erziehungsdenken unter der Nazi-Diktatur? In: Hartmut Lehmann (Hg.), Nationalsozialismus in den Kulturwissenschaften. 2. Leitbegriffe - Deutungsmuster - Paradigmenkämpfe: Erfahrungen und Transformationen im Exil, Göttingen 2004, S. 223–58.
- Kißener, Michael, (Hg.): Der Weg in den Nationalsozialismus 1933/34. Neue Wege der Forschung, Darmstadt 2009.
- Krumrey, Horst-Volker: Entwicklungsstrukturen von Verhaltensstandards: Eine soziologische Prozeßanalyse auf der Grundlage deutscher Anstands- und Manierenbücher von 1870 bis 1970, Frankfurt am Main 1984.
- Lehmann, Hartmut, Hg. Leitbegriffe - Deutungsmuster - Paradigmenkämpfe: Erfahrungen und Transformationen im Exil. 2 Bd. Nationalsozialismus in den Kulturwissenschaften 2. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2004.
- Loschek, Ingrid: Reclams Mode- und Kostümllexikon. Stuttgart 1987.
- Möller, Horst: Die nationalsozialistische Machtergreifung - eine Revolution? In: Der Weg in den Nationalsozialismus 1933/34, Michael Kißener (Hg.), Neue Wege der Forschung. Darmstadt 2009, S. 14–37.
- Montandon, Alain (Hg.): Über die deutsche Höflichkeit: Entwicklung der Kommunikationsvorstellungen in den Schriften über Umgangsformen in den deutschsprachigen Ländern. Bern, New York 1991.
- Schäfers, Bernhard: Grundbegriffe der Soziologie, Wiesbaden 2006.
- Schenda, Rudolf: Gut bei Leibe. Hundert wahre Geschichten vom menschlichen Körper, München 1998.
- Schrott, Karin: Das normative Korsett. Reglementierungen für Frauen in Gesellschaft und Öffentlichkeit in der deutschsprachigen Anstands- und Benimmlliteratur zwischen 1871 und 1914, Würzburg 2005.
- Schürmann, Thomas: Tisch- und Grußsitten im Zivilisationsprozess, Münster 1994.
- Trümpy, Hans: Anstandsbücher als volkscundliche Quellen. In: Klaus Breitl (Hg.), Probleme der Gegenwartsvolkscunde: Referate des Österreichischen Volkscundetagung 1983 in Mattersburg, Wien 1985, S. 153–69.
- Voges, Brit. Sachbuch- und Ratgeberverlage. In: Die Weimarer Republik 1918 - 1933; Teil 2. Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert, Ernst Fischer und Stephan Füssel (Hg.), München 2012, S. 241–70.
- Wittmann, Reinhard: Geschichte des deutschen Buchhandel, München 1999.
- Ziehe, Thomas. Die alltägliche Verteidigung der Korrektheit. In: Schock und Schöpfung, Willi Bucher (Hg.), 1986, S. 254–8.

Die Macht der Kleidung

Kleidung als Bedeutungsträger am Hofe von Elisabeth I. von England

von Christa Bayer

Die Kleidung des Menschen ist neben der Sprache, der Gestik und Mimik, dem Schmuck und der Haartracht ein Mittel seiner Selbstdarstellung. Kleidung ist aber nur für denjenigen eine Sprache, der ihre einzelnen Zeichen versteht und somit in der Lage ist, ihre einzelnen Elemente und ihre Kombinationen untereinander zu entschlüsseln. Sich kleiden heißt, sich einzuordnen als Individuum in ein soziales Gefüge, sich anziehen heißt, Stellung zu beziehen. Die Kleidung, in der sich der Mensch der Gesellschaft präsentiert, informiert über Person und Persönlichkeit, Stand und Standard, Beruf und Berufung des Trägers.¹ Zudem gibt das äußere Erscheinungsbild Aufschluss über die Beziehungen der Menschen untereinander, denn dahinter stehen oft Vorschriften, die verbindlich regeln, wer was, wo und wann tragen darf. Die früheren Kleiderordnungen hatten auch einen ökonomischen Hintergrund, denn Kleiderstoffe wurden oft importiert und belasteten die nationalen Handelsbilanzen. Macht und Reichtum waren lange die bestimmenden Faktoren, wenn es um Kleidung ging: Je kostbarer das Kleid, desto höher der Rang. Die Identität von Person und Erscheinungsbild galt als Grundfeste gesellschaftlicher und göttlich garantierter Ordnung.² Höfische Kleidung war wegen der kostbaren Materialien und den fürstlichen Farben an einen bestimmten Personenkreis gebunden und unterlag strengen Gesetzen.

Die englische Mode

Am 15. Januar 1559 wurde Elisabeth zur Königin von England gekrönt.³ Die besonderen Bedingungen, unter denen eine Frau in dieser Zeit ihre Herrschaft

¹ Radaudzs, Gabriele: Zeichensprache der Kleidung. Hildesheim/Zürich/New York 1985, S. 1.

² Welzel, Barbara: Die Macht der Witwen. Zum Selbstverständnis niederländischer Statthalterinnen. In: Hirschbiegel, Jan und Paravicini, Werner (Hg.): Das Frauenzimmer. Die Frau bei Hofe in Spätmittelalter und Früher Neuzeit. Bd. 11, Stuttgart 2000, S. 287-309, S. 288.

³ Neale, John E.: Queen Elizabeth. 10. Aufl. London 1938 (1. Aufl. 1934), S. 67.

ausübte, hatten wesentliche Auswirkungen auf die Selbstdarstellung Elisabeths. Drei Bereiche, in denen die Anforderungen in besonders eklatanter⁴ Weise von denjenigen abwichen, die damals von einer idealen Frau erwartet wurden, waren die Erziehung, das politische Auftreten und die Eheschließung.

Die äußere Erscheinung und das Auftreten der jungen Königin wurden genau beobachtet und bewertet, sie kleidete sich elegant, aber nicht auffallend.⁵ Man lobte ihre würdige Haltung, ihre feine Gestalt und viele Zeitgenossen bewunderten ihr goldrötliches Haar, die dunklen Augen und ihre auffallend schönen Hände. Die Hände ließ sie gerne von jedermann bewundern, denn Elisabeth war sehr eitel und liebte Komplimente.⁶

Im 16. Jahrhundert spielte die Kleidung eine enorme Rolle, sodass Kleiderordnungen erlassen wurden, um den Luxus, der oft groteske Formen annahm, einzudämmen.⁷ Allerdings galten diese Luxusverbote nicht für die Monarchen, denn gerade deren blendende Erscheinung war ein probates Mittel, die Bewunderung und Verehrung ihrer Untertanen zu steigern. Zudem hatten die aufwendigen Kostüme und der kostbare Schmuck die Aufgabe, Gesandte aus dem Ausland zu beeindrucken.⁸ Wie alle Höfe Europas übernahm auch der englische Hof in dieser Zeit die spanische Mode und wandelte sie nach seinen eigenen Bedürfnissen ab. Ausländische Besucher beschrieben die fantasievollen Kostüme und wunderten sich oft über die Eigenheiten der englischen Mode.⁹ Elisabeth I., Königin von England liebte prächtige Roben und kostbaren Schmuck und legte auch bei ihren Höflingen allergrößten Wert auf kostbare und extravagante Kleidung. Die Höflinge hatten die Möglichkeit, ihrer Verehrung für die Königin durch die Farbe ihrer Kleidung und die Accessoires, die sie trugen, Ausdruck zu verleihen. Deshalb verwendeten

4 Machoczek. 1996, S. 2.

5 Nixdorf, Heide: Körperbild und Kleid. Lebensweltlicher Vergleich zum textilen Outfit im Europa zu Beginn der „ersten“ und „zweiten“ Renaissance. In: Herzog, Marianne, Royl, Wolfgang (Hg), Textilentwurf in europäischer Dimension. Baltmannsweiler 1992, S. 37-57, S. 41.

6 Zeeden, Ernst, Walter: Hegemonialkriege und Glaubenskämpfe 1556-1648. In: Propyläen: Geschichte Europas. Die Spanische Vorherrschaft in Europa. o.O., o.J. S. 132.

7 Pfandl, Ludwig: Philipp. II.. Gemälde eines Lebens und einer Zeit. München 1938, S. 155.

8 Arnold, Janet: Queen Elizabeth's wardrobe unlock'd. Leeds 1988, S. 8.

9 La Mar Virginia A.: English dress in the age of Shakespeare. Virginia 1976, S. 5.

sie viel Fantasie und noch mehr Geld für ihre Garderobe.¹⁰ Während der Regierungszeit Elisabeth I. entwickelte sich eine übertriebene Vorliebe für prächtige Kostüme und exquisite Accessoires, die von geschäftstüchtigen Kaufleuten damals schon als Fertigwaren angeboten wurden.¹¹ London war die Einkaufsstadt für modische Kleidung und ausgefallene Accessoires. Die Händler hielten für die modebewusste Gesellschaft ein überwältigendes Angebot an Luxusgütern bereit. Ein Heer von Webern, Färbern, Wirkern, Strickern, Stickern, Schneidern und Kaufleuten war nahezu rastlos tätig, um möglichst alle Wünsche und Bedürfnisse der anspruchsvollen Kunden zu erfüllen. Bei Hof musste man stets elegant erscheinen und nicht wenige der eitlen Höflinge waren gezwungen, sich wegen ihrer teuren Garderobe in Schulden zu stürzen.¹² Der Hof war für den ehrgeizigen Höfling eine Bühne, auf der er sich profilieren und zu Macht und Ansehen aufsteigen konnte. Voraussetzungen dafür waren eine umfassende Bildung, diplomatisches Geschick, erlesener Geschmack und Eleganz.¹³ Die höfische Kleidung mit ihren kostbaren Stickereien, die eine individuelle Aussagekraft hatten, und die Symbolik der Accessoires, konnten die Bedeutung des Trägers und seinen Rang innerhalb der Hierarchie des Hofes sichtbar zum Ausdruck bringen.¹⁴

Hofkleidung der Damen

Wie die Etikette des spanischen Hofes, so wurde auch seine Kleidung zum Vorbild für alle anderen Höfe Europas. Jedes Land wandelte das spanische Kostüm nach seinen eigenen Bedürfnissen und seinem Geschmack ab.¹⁵ In der ersten Hälfte des 16. Jahrhunderts war die höfische Kleidung in England extrem bunt. Heinrich VIII. besaß unter anderem mehrere Jacken aus blauem und rotem Samt, die mit Goldborten eingefasst waren. Zudem waren die Kostüme des Königs übersät mit Diamanten, Rubinen und Perlen, die den

¹⁰ Ashelford, Jane: *Dress in the age of Elizabeth I.* London 1988, S. 8.

¹¹ Ashelford. 1988, S. 78.

¹² Ebd., S. 77.

¹³ Neale, John E.: *Queen Elizabeth.* 10. Aufl. London 1938 (1. Aufl. 1934), S. 76.

¹⁴ Ashelford. 1988, S. 94.

¹⁵ Thiel. 1973, S. 331.

Stoff fast ganz verdeckten. Rot war die bevorzugte Farbe.¹⁶ Als In der Mitte des 16. Jahrhunderts die spanische Mode auch England eroberte, änderte sich alles. Die Kleidung wurde eng und die Farben düster. Die Tendenz zur dunklen Kleidung wurde bereits am Ende der Regierungszeit Heinrich VIII. sichtbar. Sein Sohn Edward VI. hatte zwar während seiner kurzen Regentschaft die Mode nicht wesentlich beeinflusst, aber als nach seinem Tod seine Halbschwester, die Katholikin Mary I. den Thron bestieg, verstärkte sich der Trend zur spanischen Mode.¹⁷

Als Elisabeth I. an die Macht kam, war das wesentliche Merkmal der Damenkleidung die Symmetrie.¹⁸ Das Dreieck des *bodice* (Mieder), und das Dreieck des *forepart* (Ausschnitt), der den Blick auf das *fartingale* (Reifunterrock) freigab, waren im gleichen Verhältnis. Die *sleeves* (Ärmel) waren oft aus demselben ornamental gemusterten Brokat wie das *forepart* und bildeten zusammen einen Kontrast zum einfarbigen Oberkleid.¹⁹ Das dunkle Farbschema wurde mit etwas Stickerei, kleineren Verzierungen am Hals und den Handgelenken und durch weiße Rüschen aus Batist aufgehellte. Den Reichtum einer Dame konnte man außer an kostbaren Stoffen, auch an edlen Pelzen und luxuriösem Schmuck ablesen.²⁰

Ab den 1560er Jahren wurde die Mode einfallsreicher, die Farben heller, man bevorzugte Kombinationen aus Rot, Schwarz, Weiß und Gold.²¹ An den Schultern verdeckten dekorative Rollen mit seidenen Tuffs die Bänder, die Mieder und Rock zusammenhielten. Die beiden Porträts von Elisabeth, das *Pelican*-Porträt und das *Phoenix*-Porträt, zeigen sowohl das Können der Schneider, als auch die Kunst der Sticker. Beide Kostüme haben die typischen Rollen an den Ärmeln, den gleichen eckigen Ausschnitt, den hohengerüschten Spitzenkragen, Perlen und Juwelen, wobei die großen Edelsteine mit den Emblemen den Porträts ihren Namen gaben.

¹⁶ Laver, James: *Costume*. London 1969, S. 84.

¹⁷ Ebd., S. 88.

¹⁸ Ashelford. 1988, S. 11.

¹⁹ Ebd., S. 12.

²⁰ Ashelford. 1988, S. 11.

²¹ Ebd., S. 24.

Auf dem *Pelican*-Porträt sind Ärmel und Schulterbereich mit *blackwork*,²² schwarze Stickerei auf weißem Batist, bestickt. Der Ausschnitt ist mit schwarzer Nadelspitze eingefasst und in der Mitte des Mieders befindet sich das Juwel mit dem Pelikan. Auf dem *Phoenix*-Porträt trägt die Königin ein schwarzes Kleid, das mit einem Netzwerk aus Goldfäden und Perlen überzogen ist, in deren Mitte sich Blätter aus Goldstickerei befinden. Die Ärmel und das Mieder sind mit Tuffs aus weißer Seide, die von Juwelen gehalten werden, verziert und der Ausschnitt ist mit schwarzer Nadelspitze eingefasst. In der Mitte des Mieders befindet sich das Juwel mit dem Phönix.²³ Um die Taille ist eine Perlenkette mit einem Anhänger geschlungen und im Haar leuchtet ein Diadem aus Perlen und roten Edelsteinen, an dem ein durchsichtiger Schleier befestigt ist. In der rechten Hand hält Elisabeth die rote Tudorrose,²⁴ in der linken Hand einen Fächer. Die kostbare Spitze des hohen Kragens wiederholt sich an den Handgelenken.

Die Periode von 1575 bis 1580 war eine Zeit des Übergangs, in der die Silhouette der Damen voluminös und statisch wurde, um dann 1585 ihre Vollendung zu erreichen. Der *ruff* (Kragen) hatte zwar seinen größten Umfang erreicht, stand aber im ausgewogenen Verhältnis zu den weiten Ärmeln, dem schmalen Mieder und dem glockenförmigen Rock.²⁵ Auf dem *Ermine*-Porträt und dem *Armada*-Porträt trägt Elisabeth einen sogenannten *cutwork ruff*, einen Kragen aus italienischer Nadelspitze. Es nahm Stunden in Anspruch, ihn so zu präparieren, dass die Spitzen in der gewünschten Form blieben. Die Damen der englischen Gesellschaft wollten zwar modisch gekleidet sein, aber auf ein neckline, ein Dekolleté, das in der spanischen Mode streng verpönt war, nicht verzichten. *The Elizabethan compromise*²⁶ sah folgendermaßen aus: man öffnete vorne den Kragen, um einen Ausschnitt zu bekommen und verschönerte

²² Arnold. 1988, S. 23.

²³ Ebd., S. 23.

²⁴ Strong, Roy: *The Elizabethan Image. Painting in England 1540-1620*. London 1969, S. 42: "Elizabeth holds a rose in one hand and at her breast one of her favourite emblems, a pendant phoenix arising from the flames. [...] For Elizabeth it symbolised above all her virginity and her 'oneness'."

²⁵ Ashelford. 1988, S. 11.

²⁶ Laver. 1969, S. 93.

diesen mit dem *partlet*, einem Füllmaterial wie feinem Batist, kunstvoll gearbeiteter Spitze oder schwarzem Netzwerk, das oft noch mit Juwelen und Perlen besetzt war. Zudem waren am Ausschnitt oder am Kragen Flügel aus Gaze befestigt, die durchsichtig wie Insektenflügel waren und reich mit Spitze und kleinen Nadeln verziert wurden. Diese Flügel, die mit der Zeit immer ausladender wurden, gehörten zu den besonderen Merkmalen der englischen Damenmode.²⁷

Kennzeichnend für die weibliche Mode war auch der *stomacher*, ein steifes Material aus Pappe oder Holz für das *bodice*. Das Mieder war eng anliegend und reichte, spitz zulaufend, bis zur Taille. In den 1590er Jahren wurde der Endpunkt noch weiter nach unten gezogen, so dass der Oberkörper übermäßig lang erschien. Das Mieder war ein Blickfang und wurde immer üppiger bestickt und mit kostbaren Juwelen übersät.²⁸ Der Rock blähte sich durch das spanische *farthingale* (Reifunterrock), den man in England *wheel farthingale*²⁹ nannte, riesig auf. Er stand in der Taille im rechten Winkel weit ab und fiel dann zu Boden. Darunter trug man einen Unterbau, dessen Reifen aus Walkknochen, Draht, Binsen oder Holz bestanden.³⁰ Die Ärmel, von der Schulter bis zum Handgelenk trichterförmig, hatten als Abschluss eine Rüsche oder Spitze. Manchmal hingen dahinter die Doppelärmel wie Flügel herab.³¹ Durch die extrem lang gezogene Taille und den tonnenförmigen Rock verlor die englische Mode mehr und mehr an Komfort und Grazie. Dies hatte zur Folge, dass die Silhouette der Damen immer statischer wurde und letztlich die weibliche Figur deformierte.³² Typisch für diese Entwicklung ist das *Ditchley*-Porträt. Die Robe ist gänzlich mit roten Stoffrosen benäht, in deren Mittelpunkt sich kostbare Steine befinden. Eingerahmt sind die Blumen mit Strängen von duftiger, weißer Seide, die mit Silberfäden durchwoben sind. Beim Schnitt dominieren der weit ausladende Rock, das enge, sehr spitz

²⁷ Ashelford. 1988, S. 13.

²⁸ Laver, James: A concise history of costume. London 1963, S. 49.

²⁹ Ebd., S. 97.

³⁰ Ashelford. 1988, S. 12.

³¹ Ebd., S. 49.

³² Laver. 1963, S. 53.

zulaufende Mieder und die Doppelärmel, die bis zum Boden reichen. In der rechten Hand trägt Elisabeth einen zusammengefalteten Fächer und links die obligatorischen Handschuhe. Der Ausschnitt ist mit einer kostbaren Borte eingefasst und hinter dem Spitzenkragen befinden sich große, mit Spitze und Perlen verzierte Flügel aus Gaze. Das Dekolleté und den Hals schmückt ein Geschmeide aus Perlen, Rubinen und Perlenketten, die bis über das Mieder reichen. Die Ohrringe und die Krone mit Diamanten und Rubinen sind die Krönung der Erscheinung.³³

Hofkleidung der Herren

Die Herrenmode wurde während der Regierungszeit Elisabeths immer aufwendiger und erreichte in den 1580er Jahren ihre „most extreme and artificial form“.³⁴ Die Herren trugen in der Zeit einen cassock, eine lose Jacke mit weiten Ärmeln, die bis zu den Hüften reichte oder die *mandilion*, eine lose Hüftjacke mit einem Stehkragen und Hängeärmeln, die wie Flügel aussahen. Generell zeichnete sich die Kleidung der Höflinge nicht nur durch Extravaganz, sondern auch durch die seltsame Zusammenstellung ihrer Einzelteile aus. Die normale *trunk hose*, eine Hose, die ab der Hüfte sehr weit und sehr kurz war, konnte mit *canions*, Hosen, die bis zum Knie reichten, kombiniert werden. Der Earl of Essex trug nach seiner Rückkehr aus Cadiz im Jahre 1596 eine enge Jacke, die kurze *trunk hose* und *canions*. Eine andere Hosenform waren die *breeches*, die es in verschiedenen Variationen gab, wie zum Beispiel die *Venetians*, die ziemlich bauschig waren und bis über das Knie reichten.³⁵ Die Hosenmode erforderte entsprechende Strümpfe und durchaus wohlgeformte Beine. In England trug der modische Gentleman bevorzugt helle Farben, unter anderem Gelb. Die Strümpfe waren zudem mit Goldfäden verziert.³⁶ Die Schwerpunkte der Herrenmode lagen, ebenso wie die der Damenmode, auf einer verlängerten Taille, weiten runden Krägen und dick gepolsterten Hüften und Armen.

³³ Arnold. 1988, S. 43.

³⁴ Ashelford. 1988, S. 43.

³⁵ Laver. 1969, S. 100.

³⁶ Laver. 1969, S. 102.

Im nächsten Jahrzehnt wurde die Herrenmode „more relaxed and romantic“.³⁷ Die Jacke wurde loser und man trug sie meistens offen, dazu einen weich fallenden Kragen aus Batist, mit Spitze und Bändern verziert, der die steife Halskrause ersetzte. Die Gentlemen trugen das Haar länger und natürlich gelockt, was mit der aufkommenden romantischen Strömung und auch mit der blumigen Sprache des englischen Sonetts zusammenhing. Am Hof von Elisabeth wurde das Sonett vor allem zum „praise of the virtues and beauty of its ageing Queen verfasst“.³⁸ Als ein gutes Beispiel für eine neuartige Oberflächendekoration und eine lebhaftere Farbe, die sich in den 1570er Jahren entwickelte, nennt Jane Ashelford das Kostüm des Earl of Leicester, der als Experte in Sachen Mode am englischen Hof galt.³⁹ Auf dem Porträt von 1577 präsentiert sich Leicester in einer elegant gemusterten, lachsfarbenen Jacke mit geschlitzten Ärmeln. Am Halsausschnitt befindet sich ein Stehkragen mit Spitze, die sich an den Manschetten wiederholt. Die Stickerei an der Hose wechselt sich mit reichen Brokatstreifen ab. Anstatt der *chunky*, der klotzigen Juwelen, die zuvor in Mode waren, trägt er eine feine, elegante Kette, die mit dem Orden *Lesser George of the Order of the Garter*⁴⁰ geschmückt ist, außerdem trägt Leicester einen schwarzen Hut mit einem kostbaren Band, in dem eine farblich auf das Kostüm abgestimmte Feder steckt, am Gürtel befindet sich ein dekorativer Degen. Das teuerste Stück der Garderobe des modischen Gentleman war der *cloak* (Umhang). Die Art, wie ein Mann dieses Kleidungsstück trug, hing vom je-weiligen Stil ab, den er bevorzugte. Man konnte zwischen der spanischen, französischen und holländischen Fassung wählen. Die spanische Variante mit Kapuze war ziemlich weit und kurz, die holländische ohne Kapuze dafür schwer und mit hängenden Ärmeln, während die französische generell flott über einer Schulter getragen wurde.⁴¹ Lange Mäntel waren dem Stand der Gelehrten vorbehalten.

37 Ashelford. 1988, S. 43.

38 Ebd., 1988, S. 43.

39 Ebd., S. 58.

40 Ashelford. 1988, S. 61: „The Order of the Garter was the most exclusive Order in England, being limited to 26 men chosen by the Queen herself.“

41 Ashelford. 1988, S. 50.

Das Porträt von Sir Walter Raleigh aus dem Jahre 1588 zeigt ihn in der neuesten Mode, „the heigh of fashion“.⁴² Über einer Schulter liegt nonchalant ein schwarzer Umhang mit kostbarem Pelzkragen, der mit langen Reihen von weißen Perlen bestickt ist dazu eine kurze, ausgepolsterte *trunk hose*, die reich mit Stickerei verziert ist. Die dazugehörige Jacke weist ein exquisites Muster auf, das entsteht, wenn der Stoff in verschiedenen Stufen geschnitten wird. Die Jacke besitzt einen modischen Batistkragen und kostbare Knöpfe. Das Haar ist nach der neuesten Mode gelockt. Das Kostüm und sein Schmuck zeigen Walter Raleighs Vorliebe für Perlen. An den Knöpfen sind je vier Perlen angebracht, zwei große Exemplare trägt er als Ohrringe, zudem ein Perlenarmband und auch der Umhang ist mit Zuchtperlen reich bestickt. Die Farben Schwarz und Weiß trägt er zu Ehren seiner Königin.⁴³

Hüte gab es in den verschiedensten Ausführungen: hoch, flach, breit- und schmalkrempig. Die gebräuchlichste Form war die *flat cap* mit einem runden Rand. Das englische Parlament verabschiedete 1571 ein Gesetz, wonach das Tragen dieser Kopfbedeckung, die aus englischer Wolle war, „for all above the age of six years, except the nobility and other persons of degree“,⁴⁴ vorgeschrieben wurde. Daneben existierte eine große Auswahl an eleganten Hüten, die aus Seide, Samt, Taft, Filz und Leder bestanden. Der modische Biberhut war der teuerste.⁴⁵ Zudem gab es das *bonnet*, eine Kappe, die meistens mit einer Feder getragen wurde und den *copotain* oder *sugar-loaf*, der eine hohe Krone mit einem schmalen aufgerollten Rand hatte. Viele der Hüte waren mit farbigen Federn dekoriert, besonders die teuren Straußenfedern waren ab 1585 sehr in Mode. Diese wurden von den eleganten Herren oft mit einem kostbaren Schmuckstück an einer Seite des Hutes befestigt.⁴⁶ Die Schuhe waren aus Leder, Seide, Samt oder einfachem Tuch, die Sohle aus Leder oder Kork. Der modische Schuh war eng anliegend, passte farblich zur

42 Ebd., S. 63.

43 Strong Roy: The cult of Elizabeth. London 1977, S. 74: “Sir Walter Raleigh was painted in 1588 in a portrait deliberately complimentary to the Queen. In top left-hand corner over a crescent moon, attribute of his heroine Elizabeth as the moon-goddess Cynthia, lady of the seas, and the motto ‘Amor et Virtute’.”

44 Laver. 1963, S. 49.

45 Ashelford. 1988, S. 50.

46 Laver. 1963, S. 49.

Strumpfhose und wurde aus Cordoba in Spanien importiert.⁴⁷ Bis 1580 war Spanien auch führend in der Herstellung von feinen Lederhandschuhen, die von den *Elisabethanern* hochgeschätzt wurden. Er wurde stets parfümiert, um den Geruch des Leders zu mildern. Die gebräuchlichste Form, der *gauntlet*, der Fehdehandschuh, war reich verziert mit Goldfäden und Fransen. Der Gentleman trug seine Handschuhe generell in der Hand oder steckte sie ihn sichtbar in den Gürtel.⁴⁸

Besucher aus dem Ausland waren beeindruckt von der qualitativ hochwertigen Kleidung, die in London getragen wurde, ebenso von deren außergewöhnlichen Zusammenstellung. Einen typisch englischen Kleidungsstil gab es eigentlich nicht, jedoch hatten die *Elisabethaner* die geniale Fertigkeit entwickelt, ausländische Mode mit ihrer eigenen zu kombinieren. Die Herkunft der Kleidungsstücke ließ sich an deren Bezeichnungen ablesen, wie z.B. *French hose*, *French hood*, *Venetians* oder *Spanishbonnet*.⁴⁹

Höfische Kleidung als Bedeutungsträger

Das Hofzeremoniell

Der englische Hof war auch nach Elisabeths Regierungsantritt eine reine Männerdomäne und umfasste vom höchsten Hofbeamten bis zum kleinsten Küchenjungen 1500 Personen.⁵⁰ Deshalb wurden für die junge Königin zu ihrer persönlichen Betreuung und Unterhaltung aus den vornehmsten Familien des Landes zwölf Hofdamen ausgewählt. Zusätzlich umgab sich Elisabeth I. mit sechs *Maids of Honour*, jungfräulichen Ehrendamen, auf deren untadeligen Ruf sie besonders streng achtete.⁵¹ Die Königin duldete keine heimlichen Liebschaften, denn der Hof war vor allem ein Ort, an dem die jungen Damen den letzten Schliff für ihre Bildung bekommen sollten.⁵² Elisabeth betätigte sich gelegentlich auch als Heiratsvermittlerin für ihre

⁴⁷ Laver. 1969, S. 102.

⁴⁸ Ebd., S. 102.

⁴⁹ La Mar. 1976, S. 5.

⁵⁰ Neale. 1938, S. 72.

⁵¹ Ebd., S. 328.

⁵² Ebd., S. 82.

Maids of Honour und übernahm die Patenschaft für die Kinder, die aus diesen Ehen hervorgingen.⁵³

Die Hofdamen führten die Oberaufsicht über die zahlreichen weiblichen Dienstboten, die für die Toilette und die Mahlzeiten der Königin in ihren Privatgemächern zuständig waren.⁵⁴ Der Dienst in der *Privy Chamber* war sehr begehrt und die Hofdamen standen loyal⁵⁵ zu ihrer Königin. Jede von ihnen hatte einen eigenen Aufgabenbereich und war auch verantwortlich für die kostbaren Geschenke, die Elisabeth zum Neuen Jahr oder von Gesandten erhielt. In der *New Year's Gift*, der Inventarliste, die Blanche Parry als Bibliothekarin führte, wurden alle Präsente erfasst und auch ein Verlust genau vermerkt.⁵⁶ Jane Brussels war für die Halskrausen der Königin zuständig, Mary Ratcliffe und Katherine Carey für die Juwelen und Lady Carewe verwahrte die *French hoods*. Viele der Damen bekamen von der Königin auch Schmuck und Kleider aus ihrem eigenen Fundus geschenkt.⁵⁷ Blanche Parr und Mary Ratcliff standen fast ihr ganzes Leben in den Diensten der Königin. Die Countess of Warwick war während der ganzen Regierungszeit Elisabeths engste Freundin.⁵⁸ Die Hof- und Ehrendamen ersetzten Elisabeth gewissermaßen die Familie.⁵⁹

Der Anteil der weiblichen Hofbediensteten war aber immer noch verschwindend gering.⁶⁰ Der Hof bot Männern von edler Herkunft neben einer glanzvollen Existenz⁶¹ vornehmste Gesellschaft, eine glänzende Karriere und einzigartige Protektion. Voraussetzungen dafür waren eine umfassende

53 Williams, Neville: *Elizabeth Queen of England*. London 1967, S.218.

54 Ebd., S. 217.

55 Arnold. 1988, S. 103.

56 Williams. 1967, S. 225.

57 Arnold. 1988, S. 100.

58 Arnold. 1988, S. 103.

59 Williams. 1967, S. 217.

60 Neale.1938, S. 72.

61 Asch, Ronald G.: Hof, Adel und Monarchie. In: Opitz, Claudia (Hg.): *Höfische Gesellschaft und Zivilisationsprozess*. Köln/Weimar/Wien 2005, S. 119-142. S. 120: „Da die bloße Anwendung äußerer Herrschaftsmechanismen kaum ausreichend waren, um einem Monarchen Anerkennung und Autorität zu verschaffen, galt es, die traditionelle Führungsschicht durch einen Prozess der kulturellen und politischen Integration, der auf einem raffinierten System der Etikette, aber auch einer gezielten Patronagepolitik beruhte, für den monarchischen Staat zu gewinnen. Der entscheidende Ort, an dem dieser Integrationsprozess stattfand, war der Hof.“

Bildung, diplomatisches Geschick, erlesener Geschmack und kostbare Kleidung. Wer den Status eines Berufshöflings⁶² anstrebte, musste am Hof eine geeignete Stellung finden.

Der *Lord High Steward* war für die häuslichen Belange⁶³ des gesamten Hofes verantwortlich, denn ihm unterstanden die Küche, die Brot- und Pastetenbäckerei, der Weinkeller, die Wäscherei und die Einkaufsabteilung.⁶⁴ Der *Lord Chamberlain* war für die Kammer zuständig und sorgte für die Betreuung der Königin. Ihm unterstanden zudem die Wachmannschaft, die Ehrengarde der *Gentleman Pensioners*, die Leibärzte, der Hofmaler, die königliche Garderobe und das Schatzhaus mit den Kronjuwelen. Außerdem war er auch für die Organisation und Gestaltung außerordentlicher⁶⁵ Staatsakte und Empfänge zuständig. Der *Master of the Horse* wachte über die königlichen Stallungen, den berittenen Kurierdienst und die Ausrüstung der Pferde. Seinen großen Auftritt hatte er bei den Festzügen, wenn er das Leibross der Königin hinter ihrer Sänfte herführte. Zudem sorgte er für den reibungslosen Ablauf, wenn der Hof in ein neues Quartier umzog. Der Earl of Leicester, ein Favorit der Königin, bekleidete dieses Amt dreißig Jahre lang.⁶⁶

Der Hof war Repräsentationsprojekt⁶⁷ und somit vor allem eine Bühne für die Königin. Elisabeth war Oberhaupt des gesamten Hofstaates und Mittelpunkt des damit verbundenen Zeremoniells. Die Struktur des Hofes wurde durch das festgelegte Raumschema⁶⁸ bestimmt. Die *Great Hall* war ein Saal für Empfänge und Feste, auch die persönliche Leibgarde⁶⁹ der Königin war dort untergebracht. Zur *Great Hall* war jedermann, der Beziehungen zum Hof unterhielt oder eine Empfehlung vorweisen konnte, als Zuschauer zugelassen. Zum Audienzsaal, der *Presence Chamber*, in der die Delegationen⁷⁰ empfangen

62 Neale. 2004. S. 76.

63 Williams. 1967, S. 220.

64 Suerbaum. 1989, S. 260.

65 Ebd., S. 261.

66 Ebd., S. 262.

67 Valerius. 2001, S. 280.

68 Valerius. 2001, S. 278.

69 Williams. 1967, S. 220.

70 Suerbaum. 1989, S. 256.

wurden, hatten bereits weniger Personen Zutritt. Im Audienzsaal fanden regelmäßig *spectacles* statt.⁷¹

An den Sonntagen schritt ein feierlicher Zug mit der Königin durch die Räume des Palastes zur Kapelle. Während Elisabeth I. dem Gottesdienst beiwohnte, durften die Besucher zusehen, wie unter dem Klang von Pauken und Trompeten im Audienzsaal die königliche Tafel feierlich gedeckt wurde. Die Speisen wurden von den Dienern hereingebracht, denen ein Türhüter mit dem Stabe voranging. Alle beugten vor dem Thronhimmel dreimal das Knie, wenn sie das Zimmer betraten oder verließen. Jeder Diener musste vor den Augen der *Lady Taster* etwas von dem Gericht kosten, das er servieren sollte. So versuchte man sicher zu stellen, dass die Speisen bekömmlich waren. Wenn alles aufgetischt war, kamen die Hofdamen und trugen die Speisen in die Privatgemächer der Königin. Elisabeth speiste nur bei großen Festen oder ganz besonderen Gelegenheiten vor den Zuschauern im Audienzsaal.⁷²

Die *Privy Chamber*, in der sich der Hauptteil des politischen und privaten Lebens der Königin abspielte, war der eigentliche Mittelpunkt des Hofes. Sozialer Aufstieg bedeutete bei Hofe nur etwas, wenn damit auch der Zugang zur *Privy Chamber* und somit der Kontakt zur Königin verbunden war. Die Zugangsberechtigung zur *Privy Chamber* markierte deutlich den sozialen Rang, den ein Höfling einnahm. Walter Raleigh, ein Favorit der Königin, musste sich den Zutritt zur *Privy Chamber* erst wieder verdienen, nachdem er wegen seiner heimlichen Ehe in Ungnade gefallen war.⁷³ In besonderen Fällen empfing Elisabeth auch Gesandte in ihren Privatgemächern.⁷⁴ De Maisse, der außerordentliche französische Gesandte am englischen Hof, beschrieb detailliert den Ablauf seiner Audienz bei Elisabeth I. am 8. Dezember 1597.⁷⁵ Dem Bericht nach wurde er am Tag der Audienz mit einer Kutsche von seinem Quartier abgeholt und zur Weiterfahrt auf der Themse zu einer

⁷¹ Neale. 1938, S. 212.

⁷² Ebd., S. 213.

⁷³ Valerius. 2001, S. 279.

⁷⁴ Ebd., S. 262.

⁷⁵ Valerius. 2001, S. 281.

Barke gebracht.⁷⁶ In Whitehall angekommen, wurde De Maisse durch alle vorgeschriebenen Räume geleitet, bis er endlich der Königin gegenüberstand. In seinem Bericht beschrieb der französische Gesandte auch die Robe, die Elisabeth während der Audienz trug:

„She was strangely attired in a dress (robbe) of silver cloth, white and crimson (toile d’argent blanche et incarnate), or silver “gauze” (gaze d’argent), as they call it. This dress (robbe) had slashed sleeves (manches ouvertes) lined with red taffeta, and was girt about with other little sleeves that hung down to the ground [...].“⁷⁷

Zudem erwähnte De Maisse auch den Schmuck der Königin und ihre rot gelockte Perücke, die mit Perlen und Pailletten aus Gold und Silber geschmückt war. Der ausführliche Bericht zeigt, wie aufmerksam die Garderobe der Königin, ihr kostbarer Schmuck und nicht zuletzt auch ihre physische Erscheinung von den ausländischen Besuchern registriert wurde. De Maisse gab auch jedes Wort des Gespräches wieder, das er mit der Königin führte, denn die Verhandlungen waren der eigentliche Grund seiner diplomatischen Mission. Der zeremonielle Aufbau des Zutritts, die Raumfolge und die anwesenden, stehenden Personen, dienten einzig und allein der Repräsentation der Königin. Das *Procedere*⁷⁸ zu Beginn der Audienz wiederholte sich gegen Ende in umgekehrter Reihenfolge.

Höfische Kleidung und Symbolik

Die Höflinge, unter ihnen die Favoriten der Königin, waren immer nach der neuesten Mode gekleidet und unter ihrem Einfluss wurde die Hofkleidung der Männer „more and more dandified and romantic“.⁷⁹ Jeder ehrgeizige Höfling wusste, dass die Königin ihn jederzeit elegant und modisch gekleidet am Hofe erwartete. Er investierte deshalb viel Fantasie und Geld in sein Aussehen. In

⁷⁶ Valerius. 2001, S. 281.

⁷⁷ Ebd., S. 213.

⁷⁸ Valerius. 2001, S. 283.

⁷⁹ Ebd., S. 8.

dieser Atmosphäre eleganter Rivalität,⁸⁰ in der jeder seinen Konkurrenten ausstechen wollte, war man ständig auf der Suche nach Neuheiten, deshalb wurden auch gerne modische Kleidungsstücke aus dem Ausland übernommen. Die prächtige Kleidung war ein Fest für die Sinne: für das Auge Farben und Muster, für den Geruchssinn Parfüm, für den Tastsinn Oberflächenverzierungen und Kombinationen unterschiedlicher Materialien.⁸¹

Die *Elisabethaner* drückten sich verbal und visuell durch Allegorien aus, die in der dekorativen Kunst entweder durch ein Emblem oder eine Devise in Erscheinung traten. In ein gesticktes Muster wurden Symbole eingearbeitet und sichtbar getragen, beispielsweise auf den fantasievollen Kostümen der Höflinge bei einem Turnier oder auf einer bestickten Jacke, die sie bei Hofe trugen. Die Art und Weise, wie die Kleidung getragen wurde, die Auswahl der Farben, die Accessoires und die Stickereien waren Träger abstrakter⁸² Ideen, die ein gebildeter Betrachter entschlüsseln konnte.

Printing my thoughts in lawn, „meine Gedanken in Batist einprägen“, lautete ein Sprichwort des Elisabethanischen Zeitalters, in dem die Kleidung zum Informationsträger für Fantasie und Gedächtnis wurde.⁸³ Die Stoffe wurden mit Motiven bestickt, die eine moralische oder religiöse Bedeutung hatten.⁸⁴ Um ein entsprechendes Emblem zu sticken, wurde ein gedrucktes Bild auf den Stoff aufgebracht, mit einer Nadel durchstochen und die Öffnungen mit Kohle bestäubt; entfernte man dann die Vorlage, erschien das gewünschte Motiv.⁸⁵ Anleitungen für Embleme und die passenden Farbkombinationen fand man in Musterbüchern aus Italien, die bereits um 1530 in England kursierten. In England entwickelte sich auch eine besondere Sensibilität für Farben und Farbschattierungen. Jede Farbnuance hatte einen eigenen Namen, z.B. Abstufungen von Rot reichten von kräftigem Pink, *maiden's blush* bis hin

80 Ebd., S. 8.

81 Ebd., S. 9.

82 Ashelford. 1988, S. 9.

83 Nixdorf. 1992, S. 45.

84 Ashelford. 1988, S. 90: "The emblem comprised an engraving of a picture, a set of verses and a motto which encapsulated the meaning of both picture and verse. The motto usually expressed a general moral truth [...]"

85 Ebd., 1988, S. 91.

zu *lustie gallant*, dem hellsten Ton.⁸⁶ Neben den Stickereien übermittelten auch die Farben und ihre Kombinationen dem gebildeten Betrachter eine klare Botschaft:

„The language of colour was particularly complex. [...] black indicates grief and constancy, obscure grey, patience; bright grey despair; ash, trouble and sadness; yellow, hope, joy, magnanimity; russet, prudence; yellow-red, deception green, love, joy; blue, amity turquoise, jealousy; perse, knowledge; red, prowess, vermillion, courage'. [...] Combinations of colours could convey a specific abstract idea; for example, white and green, virtuous youth; white and grey, hope of coming to perfection [...].“⁸⁷

Nicht nur die Farbe der Kleidung sagte etwas über die Stimmung aus, sondern auch die Art und Weise, wie die Kleidung getragen wurde, verriet den jeweiligen Gemütszustand. Wenn ein Gentleman melancholisch war, zeigte er dies, indem er sein Hemd nicht zuknöpfte oder einen schwarzen breitrempigen Hut aufsetzte. Wenn er Liebeskummer hatte, verwendete er die Farbkombination gelb und schwarz auf seiner Jacke.⁸⁸ Als Zeichen ihrer Verehrung trugen die Höflinge die Lieblingsfarben der Königin schwarz und weiß. Zudem oft ein Schmuckstück, z.B. in Form eines abnehmenden Mondes oder Handschuhe, Bänder und Schals in Elisabeths Lieblingsfarben, um damit ihre besondere Beziehung zur Königin auszudrücken.

Die Königin war eine faszinierende Frau mit einer charismatischen Ausstrahlung, die noch zusätzlich durch ihre Kleidung und den kostbaren Schmuck unterstrichen wurde. Diese Aufmachung reflektierte nicht immer ihren eigenen Geschmack, sondern häufig den der loyalen⁸⁹ Hofgesellschaft, die der Königin Kleidung und kostbaren Schmuck

⁸⁶ Ebd., S. 9.

⁸⁷ Ashelford. 1988, S. 102.

⁸⁸ Ashelford. 1988, S. 102 f.: „The Elizabethans believed in the Renaissance theory of physiology which stated that a person's character, actions and qualities were determined by his humours. A predominance of one of the four humours would make him either choleric, melancholic, sanguine or phlegmatic. Melancholy was the humour most closely linked to genius, and so appealed to anyone with intellectual or artistic pretensions.“

⁸⁹ Arnold. 1988, S. XV.

zum Geschenk machten. Am Neujahrstag tauschte man traditionell Geschenke aus. Die Königin bekam jedes Jahr erlesenen Schmuck, kostbare Accessoires und kunstvoll bestickte Kleidung als *New Year's Gift* überreicht.⁹⁰ Nachdem das Geschenk viel über den Spender und seine Position bei Hofe aussagte, wurde es mit größter Sorgfalt ausgewählt. Der Einfallsreichtum der Höflinge war schier unerschöpflich, wenn es darum ging, der Königin eine Freude zu bereiten und einen guten Eindruck zu hinterlassen. Die Gabe war immer mit einer verschlüsselten Aussage verknüpft, die durch Stickmuster, bestimmte Blumen und Farben übermittelt wurde.⁹¹

Die *Maids of Honour* bildeten mit ihren weiß-gold und silbern glitzernden Kostümen einen glänzenden Hintergrund für die Auftritte der Königin. Auf dem *Procession*-Porträt von 1601 sieht man einige dieser Kostüme, die alle den gleichen Stil aufweisen: offene fächerförmige Kragen, separat hängende Ärmel, einen weit ausladenden Rock und einen farnähnlichen Haarschmuck, der aus silbernem Draht, Pailletten und Perlen gearbeitet ist.⁹² Ein besonders schönes Kostüm trägt Mary Fitton. Das Kleid ist mit aufwendiger Oberflächendekoration und kostbaren Juwelen verziert. Das Mieder aus weißem Satin und die Ärmel sind übersät mit Perlen, in den Zwischenräumen sind zusätzlich kleine Perlen in Form von Insekten eingearbeitet. Die Doppelärmel sind mit gebogenen Spitzen gezackt, der Rock mit einem exquisiten Blattmuster bestickt. Auf dem Mieder befinden sich vier große Broschen mit Edelsteinen und Perlen besetzt und das Dekolleté schmückt ein filigranes Collier. Hals und Dekolleté werden von einem Flügelkragen eingerahmt, auf dem Haar sitzt eine mit Perlen und Juwelen besetzte Haube. In der rechten Hand hält Mary Fitton einen Fächer, in der linken ein rotes Tuch.⁹³ Einen seltenen Einblick in das

⁹⁰ Williams. 1967, S. 225.

⁹¹ Ashelford. 1988, S. 94.

⁹² Ashelford. 1988, S. 138: "This costume revived certain medieval features, sharp spiky lines and cluster of filigree decoration, combined with the contemporary taste for pearl-encrusted embroidery and an ostentatious display of jewels."

⁹³ Ebd., S. 138.

Privatgemach der Hofdame Elizabeth Vernon, Countess of South Hampton, bietet das Bild eines unbekannten Malers um 1600. Die Lady ist im Begriff sich anzukleiden, wie an der bereitliegenden Garderobe, dem Schmuck und den Accessoires zu erkennen ist. Die Jacke, unter der sie ein rosa Mieder trägt, ist mit Blumen, Schmetterlingen und Vögeln bestickt. Den Rock zieren Blumen aus Goldfäden, unter der abschließenden Borte schauen bestickte Pantoffeln hervor. Ein roter Mantel mit Hermelfutter liegt auf dem Bett, am Vorhang hängt ein durchsichtiger Kragen mit Spitze.⁹⁴

Der Elisabeth-Kult

„Are you then travelling to the temple of Eliza?
Even to her temple are my feeble limbs travelling.
Some call her Pandora: some Gloriana: some
Cynthia: some Belphebe: some Astraea; all by
several names to express several loves: Yet
all those names make but one celestial body,
as all those loves meet to create but one soul.
I am of her country, and we adore her by
the name of Eliza.“⁹⁵

Thomas Dekker Old Fortunatus

Konzepte wie Selbstdarstellung und Imagepflege sind nicht erst die Erfindung moderner Agenturen, die Grundidee war bereits im 16. Jahrhundert allgemein verbreitet.⁹⁶ Im Falle Elisabeth I. glich ihre Inszenierung einer riesigen Unternehmung, das zeigte sich bereits bei ihrem Einzug in London und der Krönungsfeier am nächsten Tag. Die junge Königin erwies sich schon bei ihrem ersten großen Auftritt vor in- und ausländischem Publikum als meisterlicher Impressario⁹⁷ königlicher Selbstdarstellung. Hunderte von Mitwirkenden waren beteiligt,⁹⁸ neben den Mitgliedern des Hofes waren Dichter, Maler, Drucker, Chronisten sowie ein Heer von Schreibern und Sekretären tätig. Bereits zehn Tage später erschien eine Beschreibung der

⁹⁴ Ashelford. 1988, S. 81

⁹⁵ Strong. 1969, S. 41.

⁹⁶ Burke. 2003, S. 394.

⁹⁷ Braun, Gugerli. 1993, S. 16.

⁹⁸ Williams. 1967. S. 60 f.

Krönungsfeierlichkeiten im Druck. Die Krönung war im 16. Jahrhundert eine symbolische und sakrale Handlung und ein wesentlicher, die Herrschaft konstituierender und legitimierender Akt, bei dem der neue Herrscher, sich und seine Macht zum ersten Mal einer breiten Öffentlichkeit präsentierte.⁹⁹ Der Kleiderluxus, die Lieblingssünde¹⁰⁰ der Renaissance, war der höchste Ausgabeposten der Krönung. Der ganze Hof bis zum Küchensoldaten wurde neu eingekleidet. Ein Londoner Seidenhändler allein lieferte Stoffe, die soviel kosteten wie die Einkünfte eines Herzogtums. In Antwerpen wurden Brokate mit speziellen Mustern bestellt. Die 39 Hofdamen benötigten für ihr Kostüm pro Kopf 15 Meter Samt und 2 Meter Goldbrokat, in den Roben der Königin waren 20 Meter Goldstoff eingearbeitet. Auch die 1000 Pferde, die im Krönungszug mitgeführt wurden, bekamen neue Prunkgeschirre und Schabracken. Der Weg vom Palast zur Westminster Abbey war mit blauem Samt belegt.¹⁰¹

Das *Coronation*-Porträt eines unbekannten Künstlers um 1600 zeigt Elisabeth im Krönungsornat. Der eigentliche Gegenstand des Bildes ist das Königtum, die königliche Majestät inkarniert¹⁰² in einer idealisierten Frau. Das Porträt spiegelt die Königin in ihrer reglementierten¹⁰³ Erscheinung wider. Neben den Insignien ist das wesentliche Merkmal der Reichtum der Kleidung, der ebenfalls ein direkter Ausdruck für den königlichen Stand ist. Alle Details sind zugleich Bestandteil eines Programms mit symbolischer Aussage. Elisabeth trägt die Insignien¹⁰⁴ der Macht: Krone, Zepter und Reichsapfel. Der Mantel ist mit dem königlichen Pelz, dem Hermelin verbrämt, in den Goldstoffen sind Tudorrosen und Lilien eingearbeitet, die emblematischen Blumen des Königshauses und der französischen Krone, die Elisabeth ihrem Titel nach trägt. Rosen und Lilien sind zusammen mit der *eglantine*, der Heckenrose, die persönlichen Blumensymbole Elisabeths und die Perlen gelten als Zeichen der

99 Suerbaum. 1989, S. 120.

100 Ebd., S. 120.

101 Neale. 1938, S. 67.

102 Suerbaum. 1989, S. 116.

103 Welzel. 2000, S. 287-309, S. 288.

104 Ebd., S. 116.

Jungfräulichkeit. Am linken Ringfinger trägt Elisabeth den Krönungsring, den sie später als Zeichen der Vermählung mit ihrem Volk deutete und nie mehr ablegte. Das Gesicht ist dem Schönheitsideal der damaligen Zeit angepasst, blondes Haar (Elisabeth war rothaarig), weiße Haut, rote Lippen, kleiner Mund und dunkle Augen.¹⁰⁵

Die frühen Porträts, nach ihrer Krönung, zeigen Elisabeth als eine feine junge Dame ohne die kunstvolle Ikonographie¹⁰⁶ der Monarchie und persönliche Symbolik. Ein Dreiviertelporträt zeigt die Königin in einem schwarzen Kleid mit hohem Kragen, einer kleinen Krause, die sich auch an den Ärmeln befindet und einer weißen Pelzstola. Elisabeth trägt einen französischen Hut und Schleifen an den Oberarmen und Seiten des Kostüms. In ihren Händen hält sie rechts ein Buch und links die Handschuhe. Der Schmuck besteht aus einem kostbaren Collier mit einem großen gefassten Anhänger und zwei Ringen. Nach Roy Strong zeigt dieses frühe Porträt wahrscheinlich die Gesichtszüge Elisabeths und auch eine genaue Wiedergabe ihrer Kleidung.¹⁰⁷ Das Bild von Elisabeth, das in späteren Jahren der Öffentlichkeit präsentiert wurde, sollte außer zu ihrer Verehrung auch zur Ausprägung ihres Kultes der jungfräulichen Königin beitragen.¹⁰⁸

Die ersten beiden bekannten Bilder, die am Anfang des Elisabeth-Kultes stehen, sind das *Pelican*-Porträt und das *Phoenix*-Porträt aus den Jahren 1572-76 von Nicholas Hillard.¹⁰⁹

Elisabeths Halsschmuck zeigt einen großen Edelstein mit einem Emblem, dem Pelikan, der seine Brust aufreißt, um seine Jungen zu füttern und dem Phönix, der sich erneuert, indem er sich selbst verbrennt und aus der Asche

¹⁰⁵ Strong. 1977, S. 54-56.

¹⁰⁶ Strong, Gloriana. The portraits of Queen Elizabeth I. o.O. 1987, S. 61: „The portraiture of the first ten years of her reign is therefore as tentative as her government. The politico-religious pressure demanding the projection of an image did not yet exist and the notion of royalist propaganda had not yet to be conceived.”

¹⁰⁷ Ebd., S. 59.

¹⁰⁸ Valerius. 2001, S. 285.

¹⁰⁹ Strong. 1987, S. 79.

wieder emporsteigt.¹¹⁰ Beide Embleme verweisen auf Elisabeths Regierung und die Sorge um ihre Untertanen. Der Pelikan steht für die Königin als Mutter ihres Volkes, die bereit ist sich selbst aufzuopfern¹¹¹ und der Phönix ist ein Symbol für Elisabeths „uniqueness and chasity“.¹¹²

Auf dem *Ermine*-Porträt aus dem Jahre 1585 ist die Königin als *Peace* dargestellt, symbolisiert durch den Olivenzweig, den sie in der rechten Hand hält.¹¹³ Auf dem Tisch liegt das kunstvoll verzierte Schwert der Gerechtigkeit, auf ihrem linken Arm ruht ein Hermelin mit goldenem Halsband als Zeichen ihrer Reinheit. Das schwarze Samtkleid ist mit Silberfäden bestickt und kostbaren Steinen übersät. Die Spitze des Kragens wiederholt sich am Handgelenk, das ein Perlenarmband schmückt. Hinter dem Kragen befinden sich Flügel aus Gaze, auf ihrer Perücke trägt Elisabeth ein Diadem aus Perlen.

Für Elisabeths erfolgreiche Regierungszeit war schon vor dem Sieg über die spanische Armada der Typus der Jungfrau *Astrea*¹¹⁴ verwendet worden. Nach diesem großen Ereignis wurde *Astrea* noch häufiger als Identifikationsfigur¹¹⁵ für die Königin in Dichtung, Malerei und Inszenierung eingesetzt. Auf dem breitformatigen *Armada*-Porträt steht Elisabeth hell beleuchtet im Mittelpunkt der Komposition. Besonders hervorgehoben sind dabei die Perlen, Elisabeths Lieblingsschmuck, ein Symbol der Reinheit und als Früchte des Meeres auch Symbol des Reichtums.¹¹⁶ Ferner sind sie ein Hinweis auf Elisabeth als Herrin der See.¹¹⁷ Hinter der Königin sind Szenen vom Kampf gegen die spanische *Armada* gleichzeitig dargestellt, obwohl die Ereignisse nacheinander stattfanden. Auf dem helleren Bild sieht man die wenigen englischen Brandschiffe im

110 Montrose, Louis: Elisabeth hinter dem Spiegel: Die Ein-Bildung der zwei Körper der Königin. In: Schulte, Regina (Hg.): Der Körper der Königin. Geschlecht und Herrschaft in der höfischen Welt seit 1500. Frankfurt a. Main 2002, S. 67-98, S. 81.

111 Ebd., S. 79.

112 Ashelford. 1988, S. 100.

113 Strong. 1987, S. 113.

114 Machoczek, Ursula: Die regierende Königin – Elisabeth I. von England: Aspekte weiblicher Herrschaft im 16. Jahrhundert. Pfaffenweiler 1996. (Reihe Gesch. Wissensch., Bd. 39). Zugl. Heidelberg. Univ. Diss. 1994. S. 233: „Virgil prophezeite die Rückkehr des goldenen Zeitalters unter der Herrschaft der Jungfrau Astrea.“

115 Machoczek. 1996, S. 233.

116 Suerbaum. 1989, S. 225.

117 Strong, 1987, S. 128: „Elizabeth was celebrated as Cynthia, the wide ocean's empress.“

Vordergrund, dahinter die Übermacht der spanischen Flotte, die auf England zusteuert. Das düstere Bild zeigt die Zerstörung der spanischen Schiffe an der zerklüfteten schottischen Küste. Der Globus, auf den Elisabeth ihre Hand legt und darüber die Kaiserkrone auf dem Tisch, verweisen auf ihren imperialen Anspruch.¹¹⁸ Eindrucksvoll zeigt das *Armada*-Porträt die Königin auf dem Höhepunkt ihrer Macht.¹¹⁹

Elisabeths Lieblingsfarben waren Schwarz und Weiß.¹²⁰ Schwarz war die Farbe der Beständigkeit und Weiß die Farbe der Jungfräulichkeit. Mit zunehmendem Alter bevorzugte Elisabeth mehr weiße Roben. Das eindrucksvollste Beispiel ihrer Lieblingsfarbe Weiß ist das *Ditchley*-Porträt um 1592. Auf dem diesem Bild steht Elisabeth auf der Landkarte Englands in der Nähe von Ditchley, daher der Name des Porträts. Die Karte stammt aus dem Atlas von Christopher Saxon. Auf ihr sind die Grafschaften in verschiedenen Farben und die wichtigsten Städte und Flüsse eingezeichnet.¹²¹ Das Porträt ist beschnitten, deshalb ist das Sonett nur noch fragmentarisch vorhanden. Der Anfang des Sonetts, *The prince of light*, bezieht sich auf die Königin selbst.¹²² Der kosmische Hintergrund besteht aus Sonnenschein und Sturm. Die Doppelärmel des Kostüms, die bis zum Boden reichen, sehen aus wie Engelsflügel.¹²³

Roy Strong schreibt in *Gloriana*, dass die Verbindung der Königin mit den Elementen einen neuen Aspekt im Elisabeth-Kult darstellt: eine Entwicklung Elisabeths von der Mondgöttin *Cynthia* oder *Diana* hin zur *planetary deity*,¹²⁴ Göttin des Universums. In der Gestalt der *Luna* trägt die Königin einen Himmelskörper als Ohrschmuck. Roy Strong sieht zudem in der Darstellung eine Verschmelzung von Königin und Königreich.¹²⁵ Das *Ditchley*-Porträt war das Resultat einer Begegnung der Königin mit einem Vertreter der neuen

118 Ebd., S. 131: "Imperial aspirations find fulfilment as the Queen holds the globe."

119 Suerbaum. 1989, S. 221.

120 Ashelford. 1988, S. 103.

121 Strong. 1987, S. 135.

122 Montrose. 2002, S. 84.

123 Ebd., S. 84.

124 Ebd., S. 138.

125 Strong. 1987, S. 136: „[...] in the „Ditchley“ portrait Queen, crown and island become one. Elizabeth is England, woman and kingdom are interchangeable.“

Malergeneration. Der Maler Marcus Gheeraerts d. J. verwendete dabei das *chiaroscuro*,¹²⁶ ein Spiel Licht und Schatten. Diese Malweise, die dem Aussehen der Königin um 1592 wahrscheinlich sehr nahe kommt, entsprach jedoch nicht Elisabeths Geschmack. Alle Porträts, die dem Kultbild nicht entsprachen, waren 1563 durch ein Gesetz, den *Act prohibiting Portraits of the Queen*,¹²⁷ verboten worden. 1596 ließ der *Privy Council* sogar alle weniger schmeichelhaften Porträts der Königin beschlagnahmen und verbrennen.

Zum Lobpreis der Königin entstand das bedeutendste Epos der Epoche, die *Faerie Queen* von Edmund Spenser. Das unvollendete Werk handelte von einer Feenkönigin und ihren Rittern, die für sie allerlei Abenteuer bestehen. Dieses Element der *Faerie Queen* floss auch in die späten Porträts ein, z. B. in das *Rainbow*-Porträt von ca. 1600-1603. Dem Bild, auf dem Elisabeth jünger aussieht als auf allen anderen Bildern vorher, liegt ebenfalls ein Programm mit symbolischer Aussage zu Grunde.¹²⁸ Elisabeth ist mit entblößtem Busen und aufgelösten Haaren dargestellt, was ihren Status als Jungfrau¹²⁹ bezeichnet. Das dominante Requisit ist der Regenbogen, den sie in der Hand hält. Der Sinnspruch *Non Sine Sole Iris*, ohne Sonne kein Regenbogen, setzt Elisabeth mit der Sonne gleich. Der Regenbogen ist außerdem das traditionelle Symbol für den Frieden.¹³⁰ Um ihre Schultern liegt einen orangefarbener Mantel, der mit Augen und Ohren bemalt ist, welche die königlichen Sinne symbolisieren. Die Königin hört und sieht alles. Der Regenbogen und die Perlenkrone verweisen auf *Gloriana* und die Blumen auf dem Mieder deuten auf *Flora* hin. Die Schlange am Ärmel verweist auf die Klugheit der Königin und das Herz im Maul des Reptils besagt, dass sie ihre Gefühle beherrscht. Zudem trägt Elisabeth im Haar einen Halbmond, der sie als Mondgöttin *Cynthia* oder *Diana* ausweist.¹³¹

126 Ebd., S. 135.

127 Valerius. 2001, S. 287.

128 Suerbaum. 1989, S. 199.

129 Montrose. 2002, S. 87.

130 Strong. 1987, S. 158: "The rainbow is the traditional symbol of peace. Its origins are biblical: God showed His rainbow to Noah after the Flood ('I do set my bow in the cloud, and it shall be for token of a covenant between me and the earth')."

131 Ebd., S. 159 f.

Ein Hinweis auf diesen Kult findet sich auf der Liste der *New Year's Gift*. Sir Francis Drake beschenkte die Königin mit einem Fächer aus weißen und roten Federn, dessen Griff mit einem Halbmond aus Perlen und Diamanten verziert war. Der Ursprung dieses Kults liegt schon in den 1580er Jahren, in denen Sir Walter Raleigh durch den Mond sein besonderes Verhältnis zur Königin zum Ausdruck brachte.¹³² In der rechten oberen Ecke seines Porträts befindet sich der abnehmende Mond. Der Fehdehandschuh,¹³³ der sich als Schmuckstück an der Halskrause Elisabeths befindet, ist ein Zeichen des mittelalterlichen Minnedienstes.¹³⁴ Dieser Fehdehandschuh ist später auf dem Porträt des Earl of Cumberland zu sehen und ist Ausdruck seiner besonderen Beziehung zur Königin. Auf vielen Kostümen der Königin wurde die Blumensprache verwendet, um ihre besonderen Tugenden hervorzuheben:

„Roses are the flowers of Venus, but roses too are par excellence the flower of the Queen. She is both the white rose of York and the red of Lancaster; she is the double Tudor pax brought about by the union of the two houses. But the white rose in particular, as used by Elisabeth, takes on an extra nuance. White is the colour of virginity. The reign of Elisabeth is foretold as the age of the white rose [...].“¹³⁵

Auch die Lilie und die *eglantine* wurden für Elisabeth ausgewählt, da sie, wie die weiße Rose, ein Symbol für Reinheit und Keuschheit waren. Diese beiden Blumen erschienen häufig sowohl auf ihrer Kleidung als auch auf Schmuckstücken und Bildern. Hilliards Miniatur des jungen Mannes inmitten von Rosen war ein Kompliment an die Königin.¹³⁶ Das *pansy*, das Stiefmütterchen, ein Symbol für Herzschmerz, war ebenfalls ein populäres Motiv für Stickereien und ist häufig auf den Kostümen der Königin zu sehen.¹³⁷

¹³² Strong. 1987, S. 125.

¹³³ Burke. 2003, S. 394. Strong. 1987, S. 161: „The gauntlet is an allusion to the Queen's chivalrous cult, epitomized in the Accession Day Tilt.“

¹³⁴ Suerbaum. 1989, S. 200.

¹³⁵ Strong. 1977, S. 68.

¹³⁶ Ashelford. 1988, S. 100.

¹³⁷ Ebd., S. 105.

Auf dem *Hardwick*-Porträt, das um 1599 entstanden ist und für Bess of Hardwick gemalt wurde, ist die Königin in einem schwarzen Mantelkleid zu sehen, das mit Perlen und Juwelen bestickt ist. Darunter trägt Elisabeth ein schmales, lang gezogenes Mieder und einen Trommelrock, die mit einer Fülle von Blumen und Tieren in wundervollen Farben gemustert sind: Stiefmütterchen, Rosen, Iris, Seeungeheuer, Schlangen, Schmetterlinge, Vögel, ein Fischreiherr und ein Schwan. Janet Arnold konnte nicht feststellen, ob die Motive aufgestickt oder aufgemalt sind.¹³⁸ Elisabeths Dekolleté schmückt ein Collier aus Perlen und Juwelen. Die kostbaren Steine zieren auch Krone und Perücke. Der Ausschnitt ist mit einem Spitzenkragen, an dessen linker Seite eine Rose steckt und großen Schmetterlingsflügeln eingerahmt. In der rechten Hand hält die Königin Handschuhe, die mit Fransen und einer Borte verziert sind, in der Linken einen kunstvoll gearbeiteten Fächer. Mantelkleid und Rock sind an den Rändern mit Perlen eingefasst. Deutlich lassen sich sogar die perforierten Schuhe erkennen.

Elisabeths Kostüme mit den symbolischen Blumen, Schmuck und Accessoires waren Träger ihres Images. Sie zeigten die Königin sowohl als Mutter ihres Volkes, die sich um ihre Kinder sorgte und sich für sie aufopferte, als auch als *Virgin Queen*, mit England als deren Bräutigam. Viele Porträts haben symbolische und metaphorische Anspielungen auf die Tugenden der jungfräulichen Königin zum Thema. Die Requisiten in den Porträts der Königin sind metaphorische¹³⁹ Sinnbilder, so das Schwert als Zeichen der Gerechtigkeit, der Hermelin als Sinnbild der Jungfräulichkeit und der Ölzweig als Symbol des Friedens. Die Hand auf der Weltkugel war Sinnbild ihrer aufsteigenden Macht.

Resümee

Kleidung und Mode werden von vielen Menschen oftmals als bloße Äußerlichkeiten angesehen. Aber Mode gehört seit jeher zur menschlichen Kultur und kann Aufschluss geben über gesellschaftliche, psychologische, kulturgeschichtliche und wirtschaftliche Zusammenhänge. Die Mode erfasst

¹³⁸ Arnold. 1988, S. 78.

¹³⁹ Valerius. 2001, S. 286.

nicht nur die Kleidung, sondern das gesamte Erscheinungsbild des Menschen, wie es besonders in den Porträts aus Vergangenheit und Gegenwart deutlich wird. Bedeutsam war und ist Kleidung immer gewesen. Auch heute, in Zeiten modischer Beliebigkeit, versucht man, sich an der sogenannten Haute Couture zu orientieren. Da in unserer Gesellschaft Kleidungs Vorschriften keine große Rolle mehr spielen, ist auch der gesellschaftliche Rang einer Person nicht mehr auf den ersten Blick zu erkennen. Aber ein Label, ein bestimmter Stil und Farben sagen doch einiges über den Träger aus. Die Mitglieder der Königshäuser jedoch bringen regelmäßig bei offiziellen Auftritten ihren besonderen Status durch exklusive Kleidung und edlen Schmuck zum Ausdruck. Das Interesse ist bis heute ungebrochen und viele modebewusste Damen eifern den royalen Vorbildern nach.

Christa Bayer M.A. studierte an der Universität Augsburg Europäische Ethnologie/Volkskunde, Neuere und Neueste Geschichte und Kunstgeschichte. Sie arbeitete als Lehrbeauftragte am Lehrstuhl für Europäische Ethnologie/Volkskunde.

Literatur

- Althoff, Gerd: Die Macht der Rituale. Symbolik und Herrschaft im Mittelalter. Darmstadt 2003.
- Arnold, Janet: Patterns of Fashion. The cut and construction of clothes for men and women 1560-1620. New York 1987.
- Arnold, Janet: Queen Elizabeth's wardrobe unlock'd. The inventories of the wardrobe of robes prepared in July 1600. Leeds 1988.
- Asch, Ronald G.: Hof, Adel und Monarchie. In: Opitz, Claudia (Hg.): Höfische Gesellschaft und Zivilisationsprozess. Köln/Weimar/Wien 2005, S. 119-142.
- Ashelford, Jane: Dress in the age of Elizabeth I.. London 1988.
- Bachem, Beate: Magisches Taschentuch. München 1959.
- Barthes, Roland: Die Sprache der Mode. Frankfurt am Main 1985.
- Bastl, Beatrix: Europas Aufbruch in die Neuzeit 1450-1650. Eine Kultur und Mentalitätsgeschichte. Darmstadt. 2002.
- Bastl, Beatrix: Tugend, Liebe, Ehre. Die adelige Frau in der Frühen Neuzeit. Wien/Köln/Weimar 2000.
- Bleckwenn, Ruth: Kleidung und Mode. Baltmannsweiler 1981.
- Boehm, Max von: Die Mode. Eine Kulturgeschichte vom Mittelalter bis zum Barock. 3. überarbeitete Aufl. München 1986 (1. Aufl. 1976).
- Böth, Gitta: Kleidungs-forschung. In: Brednich, Rolf (Hg.): Grundriss der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. 2. überarbeitete und erweiterte Aufl. Berlin 1994, S. 211-225.
- Böth, Gitta: Die Mode und die Volkskunde. Anmerkungen zum Umgang mit einem Begriff. In: Böth, Gitta und Mentges, Gaby (Hg.): Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung. Bd. 25. Sich Kleiden. Marburg 1989, S. 11-17.

- Bologne, Jean-Claude: Das Schamgefühl in der bildenden Kunst. o.O. 2001.
- Bovenschen, Silvia: Die Listen der Mode. Frankfurt am Main 1. Aufl. 1986.
- Braun Rudolf, Gugerli, David: Die tanzende Königin. In: Die Macht des Tanzes - Tanz der Mächtigen. München 1993, S. 11-95.
- Brost, Harald: Kunst und Mode. Eine Kulturgeschichte vom Altertum bis heute. Stuttgart 1984.
- Brooke, Iris: English costume in the age of Elizabeth. The Sixteenth Century. London 1933.
- Brückner, Wolfgang: Mode und Tracht. In: Brückner, Wolfgang und Kriss-Rettenbeck, Lenz (Hg.): Bayerische Blätter für Volkskunde. Würzburg 1986, S. 147-169.
- Brückner, Wolfgang: Menschen und Moden. Bekleidungsstudien zu Kommunikationsweisen. Veröffentlichungen zur Volkskunde und Kulturgeschichte. Würzburg 2000.
- Bruhn, Wolfgang, Tilke, Max: Kostümgeschichte in Bildern. Eine Übersicht der Kostüme aller Zeiten und Völker vom Altertum bis zur Neuzeit einschließlich der Volkstrachten Europas und der Trachten der außereuropäischen Länder. Tübingen 1955, unveränderte Neuauflage 1966.
- Burke, Peter: Präsentation und Re-Präsentation. Die Inszenierung Karls V. In: Solý, Hugo (Hg.): Karl V. und seine Zeit. Köln 2003, S. 393-410.
- Castiglione, Baldassare: Das Buch vom Hofmann. (übersetzt von Fritz Baumgart), Bremen 1960.
- Castiglione, Baldassare: Frauenspiegel der Renaissance. (Aus dem Italienischen übersetzt von Paul Seliger) 7. Aufl. Leipzig o. J.
- Choťewitz, Peter, O.: Das Kleid. In: Rambow, Gunter (Hg.): Traumstoff. Frankfurt am Main 1986.
- Clark, Cumberland: Shakespeare and costume. London 1937.
- Collier Frick, Carole: Dressing Renaissance Florence. Families, fortunes, and fine clothing. Baltimore/London 2002.
- Defourneaux, Marcelin: Spanien im Goldenen Zeitalter. Kultur und Gesellschaft einer Weltmacht. Stuttgart 1986.
- Diemer, Kurt: Die Heiratsverhandlungen zwischen Königin Elisabeth I. von England und Erzherzog Karl von Innerösterreich 1558-1570. Diss. (Masch.) 1969.
- Durian-Rees, Saskia: Schuhe. Ausstl. Kat. München 1991.
- Fehling, Ursula, Borst, Harald: Kostümkunde. Leipzig 1983.
- Ferdinandy, Michael de: Philipp II.. Größe und Niedergang der spanischen Weltmacht. Wiesbaden 1977.
- Fink, August: Die Schwarzschen Trachtenbücher. Berlin 1963.
- Flügel, John Carl: The psychology of clothes. London 1950.
- Frye, Susan: Elisabeth als Prinzessin: Frühe Selbstdarstellung in Porträt und Brief. In: Schulte, Regina (Hg.): Der Körper der Königin. Geschlecht und Herrschaft in der höfischen Welt seit 1500. Frankfurt am Main 2002, S. 49-66.
- Hofmann-Randall, Christine: Das spanische Hofzeremoniell von 1500-1700. (Erlanger Hist. Studien Bd. 8), Frankfurt am Main/Bern 1985.
- Hofmann-Randall, Christine: Die Herkunft und Tradierung des Hofzeremoniells. In: Berns, Jörg Jochen, Rahn Thomas (Hg.): Zeremoniell und höfische Ästhetik im Spätmittelalter und Früher Neuzeit. Tübingen 1995.
- Hoffmann, Gabriele: Frauen machen Geschichte. Berühmte Frauen, ihre Macht und ihr politischer Einfluss. Weyarn 1999.
- Jackson-Stops, Gervase (Hg.): The Treasure Houses of Britain. Five hundred years of patronage and Art Collecting. The Tudor Renaissance. Asstlg. Kat. London 1985, S. 80-123.
- Jacobs, Barbara: Kleidung als Symbol. Das Beispiel der Altgläubigen Südsibiriens im 19. Jahrhundert und im beginnenden 20. Jahrhundert. Diss. Köln 1992.
- Kantorowicz, Ernst, H.: Die zwei Körper des Königs. Eine Studie zur politischen Theorie des Mittelalters. München 1990.
- Koschorke, Albrecht: Macht und Fiktion. In: Frank Thomas (Hg.): Des Kaisers neue Kleider. Über das Imaginäre politischer Herrschaft. Frankfurt am Main 2002, S. 75-82.
- Keller Drescher, Lioba: Die Ordnung der Kleider. Tübingen 2003.
- King, Margret L.: Frauen in der Renaissance. München 1998.

- Klauner, Friederike: Höfische Porträtmalerei von Sánchez Coello bis Juan Carreño de Miranda in Österreich. In: Tomlinson, Janis (Hg): Malerei in Spanien. Von El Greco bis Goya 1561-1828. Ausstl. Kat. Köln 1997, S. 31-38.
- Kluxen, Kurt: Die Geschichte Englands. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. Stuttgart 1968.
- Körper, Ester, Beate: Habsburgs europäische Herrschaft. 2002.
- Krause, Gisela, Lenning, Gertrud: Kleine Kostümkunde. Berlin 1998.
- Kroll, Renate: Zu Macht und Romantik der Frauen im Zeitalter Ludwig XIV. In: Die höfische Gesellschaft aus literatur -und genderwissenschaftlicher Perspektive. Köln/Weimar/Wien 2005, S. 143-165.
- Kugler, Georg, J.: Die Farben Schwarz in Zeremoniell und Etikette. In: Zaunschirm, Thomas (Hg.): Die Farben Schwarz. Ausstl. Kat. Graz 1999, S 53-72.
- Kybalova, Ludmila, Herbeová, Olga, Lamarova, Milena: Das große Bilderlexikon der Mode. 2. Aufl. o.O. 1975.
- La Mar, Virginia A.: English dress in the age of Shakespeare. Virginia 1976.
- Laver, James: A concise history of costume. London 1963. Laver, James: Costume. London 1969.
- Lennig, Gertrud, Krause Gisela: Kleine Kostümkunde. 9. Aufl. vollständig überarbeitet und erweitert. Berlin 1986.
- Loschek, Ingrid: Reclams Mode und Kostümllexikon. Stuttgart 1987/1988. Loschek, Ingrid: Accessoires. Symbolik und Geschichte. München 1993.
- Loschek, Ingrid: Mode-Notwendigkeit oder Verführung. In: Herzog, Marianne, Royle, Wolfgang (Hg): Textilunterricht in europäischer Dimension. Baltmannsweiler 1992, S.61-74.
- Lutz, Heinrich: Reformation und Gegenreformation. In: Bleicken, Jochen, Gall, Lothar, Jacobs, Hermann (Hg.): Grundriss der Geschichte. Bd. 10., 3. Aufl. München 1991.
- Machoczek, Ursula: Die regierende Königin - Elisabeth I. von England: Aspekte weiblicher Herrschaft im 16. Jahrhundert. Pfaffenweiler 1996. (Reihe Gesch. Wissensch.; Bd. 39), zugl. Heidelberg. Univ. Diss. 1994.
- Maurer, Michael: Geschichte Englands. Stuttgart 2000.
- Montrose, Louis: Elisabeth hinter dem Spiegel: Die Ein-Bildung der zwei Körper der Königin. In: Schulte, Regina (Hg.): Der Körper der Königin. Geschlecht und Herrschaft in der höfischen Welt seit 1500. Frankfurt am Main 2002, S. 67-98.
- Neale, John E.: Queen Elizabeth. 10 Aufl. London 1938 (1. Aufl. 1934). Neale, John E.: Elizabeth I and Her Parliaments 1584-1601. London 1957. Nienholdt, Eva: Kostümkunde. Ein Handbuch für Sammler und Liebhaber. Bd. XV. Braunschweig 1961.
- Nixdorf, Heide: Die Farbe Weiß. In: Stubs, Helga (Hg.): Mode und Kleidung als Bedeutungsträger. Schroedel Schulbuchverlag, Hannover 1991, S. 59-61.
- Nixdorf, Heide: Körperbild und Kleid. Lebensweltlicher Vergleich zum textilen Outfit in Europa zu Beginn der „ersten“ und „zweiten“ Renaissance. In: Herzog, Marianne, Royle, Wolfgang (Hg): Textilunterricht in europäischer Dimension. Baltmannsweiler 1992, S. 37-57. Parker, Geoffrey: Die politische Welt Karl V.. In: Soly, Hugo (Hg.): Karl V. und seine Zeit (1500-1558). Macht und Ohnmacht Europas. Ausstl. Kat. Köln 2003, S. 113-227.
- Petrascheck-Heim, Ingeborg: Der Wandel der Kleidermode. Die Sprache der Kleidung. Wien. 1966.
- Pandl, Ludwig: Spanische Kultur und Sitte des 16. und 17. Jahrhunderts. Eine Einführung in die Blütezeit der Spanischen Literatur und Kunst. München 1924.
- Pandl, Ludwig: Philipp II. Gemälde eines Lebens und einer Zeit. München 1938.
- Prater, Andreas: Goyas Schwarz. In: Zaunschirm, Thomas (Hg.): Die Farben Schwarz. Ausstl. Kat. Graz 1999, S. 67-72.
- Racinet, Albert: Weltgeschichte der Kostüme. London/Köln 1995.
- Radaduzs, Gabriele: Zeichensprache der Kleidung. Hildesheim/Zürich/New York 1985. Ragotzky, Hedda, Wenzel, Horst (Hg): Höfische Repräsentation. Das Zeremoniell und die Zeichen. Tübingen 1990.
- Roeck, Bernd: Das historische Auge. Kunstwerke als Zeugen ihrer Zeit. Von der Renaissance zur Revolution. Göttingen 2004.

- Rodriguez-Salgado, M. J.: Karl V. und die Dynastie. In: Soly, Hugo (Hg.): Karl V. und seine Zeit (1500-1558). Macht und Ohnmacht Europas. Ausstl. Kat. Köln 2003, S. 27-111.
- Ruiz Gómez, Leticia: Court Portraits in the Spanish Monarchy (1530-1660). In: Portús Pérez, Javier (Hg.): The Spanish Portrait. From El Greco to Picasso. Ausstlg Kat. Madrid 2004, S. 92-119.
- Schlink, Wilhelm: Frauen in Schwarz. In: Zaunschirm, Thomas (Hg.): Die Farben Schwarz. Ausstl. Kat. Graz 1999, S. 61-66.
- Schlögl, Rolf, Giesen Bernhard, Osterhammel, Jürgen (Hg.): Die Wirklichkeit der Symbole. Grundlagen der Kommunikation in historischen und gegenwärtigen Gesellschaften. Konstanz 2004.
- Schmidt, Doris: Kleidung von der Renaissance bis zum Barock. Baltmannsweiler 1994.
- Schulte, Regina: Der Körper der Königin. Geschlecht und Herrschaft in der höfischen Welt seit 1500. In: Schulte, Regina (Hg.): Der Körper der Königin. Geschlecht und Herrschaft in der höfischen Welt seit 1500. Frankfurt am Main 2000, S. 11-47.
- Strohmeier, Gerhard: Raum. In: Dinzelbacher, Peter (Hg.): Europäische Mentalitätsgeschichte. Hauptthemen in Einzeldarstellungen. Stuttgart 1993.
- Strong, Roy: The Elizabethan image. Painting in England 1540-1620. London 1969. Strong, Roy: The cult of Elizabeth. London 1977.
- Strong, Roy: Gloriana. The portraits of Queen Elizabeth I.. German Democratic Republic 1987.
- Strong, Roy: The Tudor and Stuart Monarchy. Pageantry, Painting, Iconography. Woodbridge o. J.
- Stubs, Helga, Trautmann-Webeler, Gisela: Mode und Kleidung als Bedeutungsträger. Hannover 1991.
- Suerbaum, Ulrich: Das elisabethanische Zeitalter. Stuttgart 1999.
- Tamussino, Ursula: Margarete von Österreich. Diplomatin der Renaissance. Graz/Wien/Köln 1995.
- Thiel, Erika: Geschichte des Kostüms. Die europäische Mode von den Anfängen bis zur Gegenwart. Berlin 1973.
- Thiemig, Karl (Hg.): Von Greco bis Goya. Vier Jahrhunderte Spanische Malerei. Ausstl. Kat. München 1982.
- Tomlinson, Janis (Hg.): Malerei in Spanien. Von El Greco bis Goya 1561-1828. Ausstl. Kat. Köln 1997.
- Trevor-Roper, Hugh R.: Queen Elizabeth's first historian. William Camden and the beginnings of english "Civil History". London 1971.
- Valerius, Robert: Weibliche Herrschaft im 16. Jahrhundert. Die Regentschaft Elisabeths I. zwischen Realpolitik, Querelle des Femmes und Kult der Virgin Queen. Herbolzheim 2002. (Reihe Geschichtswissenschaften; (Bd. 49), zugl. Hamburg Univ. Diss. 2001.
- Vasold, Manfred: Philipp II.. Hamburg 2001.
- Wende, Peter: Englische Könige und Königinnen von Heinrich VII. bis Elisabeth I.. München 1998.
- Welzel, Barbara: Die Macht der Witwen. Zum Selbstverständnis niederländischer Statthalterinnen. In: Hirschbiegel und Paravicini, Werner (Hg.): Das Frauenzimmer. Die Frau bei Hofe in Spätmittelalter und Früher Neuzeit. Bd. 11, Stuttgart 2000, S. 287-309.
- Williams, Neville: Elizabeth Queen of England. London 1967.
- Winker, Elsa: Margarete von Österreich. Grande Dame der Renaissance. München 1966.
- Zeeden, Ernst Walter : Hegemonialkriege und Glaubenskämpfe 1556-1648. In: Propyläen: Geschichte Europas. Die Spanische Vorherrschaft in Europa. o.O. o.J.

Schmuck der Maharajas Aus den Schatzkammern indischer Fürsten

besprochen von Susanne Krawietz

Vom 09. März bis 01. September 2013 fand im Augsburger Schaezlerpalais die Sonderausstellung „Schmuck der Maharajas“ statt. Ausgestellt waren Schmuckstücke, die in Indien vor allem unter der Herrschaft der islamischen Mogulkaiser (1526-1858) und an den Höfen der hinduistischen Maharajas gefertigt wurden. Diese Zeit ist zugleich die Blütezeit der indischen Schmuckherstellung. Was die Ausstellung zu bieten hat, kann unter einem in ihr erläuterten Begriff zusammengefasst werden: *Shringara*.

Shringara ist ein aus dem Sanskrit stammender Begriff. Er wird übersetzt mit „Schönheit“ oder auch mit „Liebe“. Beim Betrachten der Exponate wird verständlich, warum der Begriff so passend erscheint: Die ausgestellten Schmuckstücke sind nicht nur ausgesprochen schön anzusehen, sondern an ihnen kann abgelesen werden, dass viel Liebe in die Verarbeitung jedes einzelnen Schmuckstücks geflossen sein muss. Vor allem viel Liebe zum Detail.

Die reichlich verzierten Gegenstände sind nicht ausschließlich aus Gold und Silber angefertigt, vielmehr sind sie mit Diamanten, Smaragden, Edelsteinen, Rubinen und Jade reichlich verziert.

Ein in der Ausstellung erwähnter hinduistischer Schöpfungsmythos erklärt die Verwendung der kostbaren Materialien: Auf der Suche nach dem Unsterblichkeitstrank Amrita durchsuchten die Götter den Milchozean und durchmischten ihn dafür. Das Wasser gab dabei nach und nach die verschiedenen Kostbarkeiten preis, die für die Herstellung von Ohrringen, Oberarmbändern, Amuletten, Dosen, Ketten, Nasenringen, Armreifen etc. verwendet wurden und werden.

Was der Ausstellungsbesucher ebenfalls erklärt bekommt, ist, welchen Zweck die Künstler bei der Fertigung ihrer Schmuckstücke beabsichtigt haben.

Es war nicht nur Ziel der indischen Hersteller, Schmuck zur Verzierung des Körpers zu gestalten, vielmehr hatte jedes Schmuckstück eine Aussage, beispielsweise über den sozialen Rang des Trägers oder dessen ethnische Zugehörigkeit. Auch zum Schutz wurde Schmuck angefertigt und teilweise waren bestimmte Stücke für religiöse Zeremonien unabkömmlich.

Schmuck beschränkte sich des Weiteren nicht ausschließlich auf Ketten, Armbänder und Ohrringe in den uns bekannten Formen. Auch Amulette spielten eine wichtige Rolle. Wurden sie mit Abbildungen von Gottheiten verziert und von einem Brahmanen entsprechend geweiht, galten sie als vitaler Sitz der Gottheit. Recht amüsant wirkt der Ohrschmuck auf den Betrachter. Mit Hölzchen verschiedener Größe wurden nach dem Stechen die Ohrlöcher nach und nach erweitert. Diese traditionellen Ohrlöcher tragen heute nur noch sehr wenige Frauen in Indien – auf uns hingegen wirken sie doch eher vertraut und es drängt sich fast die Frage auf, ob tunnels ihren Ursprung nicht vielleicht beim indischen Ohrschmuck haben.

Die Ausstellung glänzt vor allem durch die Exponate, die durch ihre Qualität und die wirklich schöne Verarbeitung ins Auge stechen. Im Ausstellungskonzept ist gelungen darauf eingegangen worden, indem die Schmuckstücke jeweils zentral im Raum platziert und ausreichend beleuchtet wurden. Die einzelnen Vitrinen sind ansprechend gestaltet und nicht überladen, sodass jedes einzelne Stück gerne sehr genau betrachtet werden kann.

Informationen zu den einzelnen Exponaten befinden sich auf Informationstafeln, die an den Wänden der Ausstellungsräume aufgehängt wurden. Dies wirkt sich nicht negativ auf den Ausstellungsbesuch aus, sondern rückt erneut die Schmuckstücke ins Zentrum der Sonderausstellung.

Besonders gelungen ist zudem die thematische Untergliederung der Ausstellung wie beispielsweise die Unterteilung in Räume, die allgemeine

Informationen zur Tradition der indischen Schmuckherstellung geben, über einen Raum, der speziell auf indische Mythen rund um den Schmuck eingeht und abschließend Räume, die einzelnen Schmuckstücken, wie Ohr- und Nasenschmuck oder Amuletten zugeteilt sind. So ist dem Besucher gleich klar, welche Art von Schmuck vorliegt.

Die ausgewählten Themengebiete der indischen Schmuckherstellung, die in die Ausstellung eingeflossen sind, sind alle interessant. Zudem klären die einzelnen Informationstafeln den Besucher ausreichend und in angenehmer Länge über die jeweiligen Themenfelder auf.

Was jedoch fehlt sind Informationen über den Träger des Schmucks, die zwar sehr vereinzelt mit aufgenommen wurden, sich allerdings nicht zwangsläufig auf andere Ausstellungsstücke übertragen lassen. Wer jedoch hat so kostbaren Schmuck getragen? Waren es tatsächlich nur die Maharajas, wie es der Name der Sonderausstellung vermuten lässt? Wenn ja, was trug dann der „normale“ Bürger an Schmuck? Durfte er Schmuck tragen? Gibt es geschlechterspezifische Unterschiede beim Tragen des Schmucks? Angespielt wird auf soziale Unterschiede, die anhand des Schmucks ablesbar gewesen sein müssen, doch in der Ausstellung wird nicht erläutert woran genau die Unterschiede festgemacht werden konnten.

Auch wäre es interessant zu erfahren, wie sich die Schmuckproduktion weiter entwickelt hat. Welchen Schmuck trägt man in Indien heute?

Insgesamt bedient die Ausstellung jedoch verschiedene Aspekte, die auch ein Ethnologenherz erfreuen. Fast wird hier mehr Information gewünscht: Gibt es noch mehr hinduistische Mythen, die mit Schmuck in Verbindung gebracht werden? Jedoch erscheint es aufgrund der geringen Größe der einzelnen Ausstellungsräume plausibel, dass das Museum sich hier auf die wichtigsten Informationen beschränken musste, zumal die Räume gut mit Informationstafeln und Exponaten „gefüllt“ wurden.

Auch wenn der Besucher gerne über das Eine oder Andere mehr erfahren würde, ist das ausstellungstechnisch zugegebenermaßen kaum umsetzbar. Insgesamt besticht die Ausstellung durch ihre sehr schön in Szene gesetzten Exponate, die alle Aufmerksamkeit auf sich lenken – aber wünscht man sich nicht genau das von einem Museum?

Second Hand – Ein T-Shirt reist um die Welt

Ein Film von Raffaele Brunetti

besprochen von Corinna Höckesfeld

Ein kleines Dorf im Herzen von Tansania. Eine Horde von Kindern spielt auf einer staubigen Straße Fußball. Unter ihnen der neunjährige Lucky mit der Nummer 10 auf dem Rücken. Er ist in dem Dorf der einzige, der ein richtiges Trikot besitzt. „Dieses T-Shirt ist super. Es hat eine Nummer. Und man kann es leicht waschen. Man sieht einfach cool aus mit einem richtigen Trikot“, erzählt er stolz in der Eingangsszene des Films.

Doch was passierte mit dem T-Shirt? Wie schaffte es den weiten Weg von Norddeutschland nach Ostafrika? Welche Stationen musste es durchlaufen, bis es in dem abgeschiedenen Dorf in Tansania bei Lucky ankam? Fragen über Fragen, die sich auch Regisseur Brunetti stellte, als ihm einst zufällig ein Foto in die Hände fiel, das einen kleinen afrikanischen Jungen zeigte, wie er mit einem T-Shirt eines exklusiven italienischen Reitklubs eine kleine Dorfstraße in Burundi entlang ging. Inspiriert von diesem Foto machte sich Brunetti 2005 mit einem Kamerateam auf den Weg, um die Reise eines T-Shirts zu verfolgen. Mit „Second Hand – Ein T-Shirt reist um die Welt“ erzählt Brunetti die Geschichte eines T-Shirts, das hierzulande scheinbar keinen Nutzen mehr findet, am andern Ende der Welt jedoch zum ganzen Stolz eines neunjährigen Jungen werden konnte und stößt dabei auf eine globalisierte Branche, die mit den Mitumba ihren Lebensunterhalt verdienen. Mitumba, das ist Kisuaheli und heißt eigentlich Ballen, Paket. Inzwischen steht es jedoch schlicht für „aus zweiter Hand“. So werden in Tansania die Altkleider genannt, die von uns kiloweise gespendet und dann tonnenweise nach Afrika exportiert werden. 20kg Kleider verbraucht durchschnittlich jeder Europäer im Jahr. In Deutschland sind das allein rund 800 000 Tonnen, wovon der Großteil irgendwann in Altkleidercontainer landen und im Hafen von Daressalam ankommen wird, um dort wieder weiter verkauft zu werden. Dass wir Kleider einfach so weggeben und spenden, ist für viele der Afrikaner kaum

vorstellbar. Daher werden Gebrauchtkleider in Afrika oft auch „Dead White Men’s Clothes“ - die Kleider der gestorbenen Weißen“ genannt.

Der Film beginnt jedoch bei einem kleinen Fußballclub in Maschen, einem Vorort von Hamburg, bei dem der Trikotsatz der F-Mannschaft ausgetauscht werden muss. Darunter auch das gelbe Trikot mit der Nummer 10 auf dem Rücken, das einst dem zehnjährigen Felix gehörte, nun aber von seiner Mutter in den Altkleidercontainer gegeben wird, in der Hoffnung dass die Kleiderspende jemanden in einem armen Land erreicht, der sie dringend benötigt. Doch kommen unsere Kleiderspenden wirklich den Bedürftigen zugute? Dieser Frage geht der Film ebenso nach wie der Frage, was mit den Tonnen von Altkleidern tatsächlich passiert, nachdem wir sie ausrangiert und auf die Kippe einer der zahlreichen Altkleidercontainer gelegt haben. Und so begibt sich der Film auf eine lange Reise, auf die wir von Brunetti in den nächsten 50 Minuten mitgenommen werden. Sie wird uns vorbeiführen an dem hanseatischen Kleidersammlern Olaf Rintsch, ebenso wie an den indischen Kaufleuten in Daressalam und einer Reihe von afrikanischen Händlern und Verkäufern, die als einfache Bauern mit den Altkleidern ihren Lebensunterhalt verdienen, vorbei an riesigen Lagerhallen, in denen die Tonnen von Kleiderspenden sortiert, verpackt und zu riesigen Kleiderballen zusammengepresst werden, vorbei am ältesten Kleidermarkt in Ercolano, einem Armenviertel in Neapel, bis hin nach Daressalam und schließlich in das Herz von Tansania, wo Luckys Mutter einer einfachen Bauersfrau das Trikot mit der Nummer 10 auf dem Rücken schließlich für 1500 Schillinge abkauft. Über vier Monate lang begleitete Brunetti das gelbe Fußballtrikot des zehnjährigen Felix aus Maschen bei Hamburg, bis es mit Lucky denjenigen erreichte, der es anscheinend dringend benötigt. Wie dringend Lucky dieses T-Shirt benötigt, das zu entscheiden bleibt jedem Zuschauer selbst überlassen. Sicher ist jedoch, dass dieses T-Shirt von nun Luckys ganzer Stolz sein wird, solange bis es irgendwann einfach auseinander fallen wird.

Und so zeigt der Film sehr anschaulich, wie Kleider, die in Deutschland scheinbar nutzlos und in karitativer Absicht gespendet werden, zu einer Luxusware, einem Statussymbol werden. Unbeantwortet bleibt dabei bis zum

Ende des Films die Frage, ob es nun positiv oder negativ zu bewerten ist, dass das, was wir in karitativer Absicht gespendet haben zu einem teuren Handelsgut wird. Auf kritische Weise beleuchtet und hinterfragt der Film hingegen das Geschäft mit unseren Gebrauchtkleidern und zeigt, dass dieses Geschäft Fluch und Segen zugleich ist. Für viele ein Fluch, da der einheimischen Markt von den Massen an Gebrauchtkleidern aus Europa überschwemmt wird, was die einheimische Textilindustrie fast vollkommen zum Erliegen brachte. Für die Mehrheit aber wohl ein großer Segen, da sie dadurch eine gute Möglichkeit gefunden haben, Geld zu verdienen, um sich irgendwann vielleicht einmal eine richtige Mäismühle davon kaufen können.

Am Ende dieser langen Reise ist also eine interessante und zugleich spannende Dokumentation herausgekommen, über den Weg, aber auch über die Händler und die einzelnen Stationen, die ein T-Shirt passiert, nachdem es aus dem Kleiderschrank zuhause aussortiert und auf die große Kipprutsche eines der an jeder Ecke stehenden Altkleidercontainers gelegt wurde. „Vielen Dank für Ihre Unterstützung“ steht dort meist geschrieben. Vielen Dank kann man auch Brunetti sagen, der mit dieser Dokumentation nicht nur die Geschichte einer langen Reise eines T-Shirts von Norddeutschland nach Ostafrika anschaulich und gut nachvollziehbar erzählt, sondern auch einen interessanten Einblick in das zum Teil sehr undurchsichtige Geschäft mit Gebrauchtkleidern gibt, das dabei oft mehr einer globalisierten Handelsorganisation denn einem karitativen Verband gleicht.

Dokumentarfilm

D/I 2005 – 52 min

Buch: Ilaria de Laurentiis und Raffaele Brunetti

Regie: Raffaele Brunetti

Kamera: Gianni Maitan

Schnitt: Ilaria de Laurentiis

In Koproduktion mit B&B Film und NDR/ARTE

Mode unter dem Kreuz **Kleiderkommunikation im christlichen Kult**

besprochen von Michael Achatz

Kleidung dient in der Ethnologie als Spiegel historischer Lebenswirklichkeit. Sie bietet als Kommunikationsmittel einen zeichenhaften Einblick in gesellschaftliche Ordnungen zu Stand, Beruf oder Geschlecht. Seit Mitte des 15. Jahrhunderts lässt sich die Haute Couture der urbanen Oberschicht auch zunehmend auf christlichen Heiligendarstellungen finden. Besonders bei Darstellungen außerhalb des Kanons der Heiligen Familie konnten sich die Künstler mit modischen Perspektiven befassen und diese, je nach Wunsch und als Statussymbol der Bildstifter, sehr üppig ausfallen lassen. Die promovierte Kunst- und Kostümhistorikerin Silke Geppert hat hierfür in ihrer Publikation „Mode unter dem Kreuz. Kleiderkommunikation im christlichen Kult“ eine eindrucksvolle Fallstudie zum modischen Aspekt von Heiligenbildern im Hoch- und Spätmittelalter veröffentlicht, die sich besonders mit der Figur der Maria Magdalena beschäftigt.

In einer ausführlichen Einführung weist sie zunächst auf den Kontext zwischen italienischen Stadtstaaten und der Etablierung von neuen optischen Modeprämissen hin. Die zunehmende Emanzipation von norditalienischen Städten vom Heiligen Römischen Reich Deutscher Nation spiegelte sich in dem Machtgewinn von wohlhabenden Patrizierfamilien wieder, die diesen in modebewusster Tracht visualisierten und in Form von Bildstiftungen auch auf die Leinwand transferieren ließen. Dabei wurden oft die Heiligen Maria Magdalena oder Josef von Arimatia als Figuren extravagant in das Zentrum der modischen Darstellung gerückt. Gerade diese Heiligen konnten in ihrer Trauer dem Betrachter und dem Auftraggeber näher sein als Maria, Johannes oder gar Christus, weil sie in der Tracht der Zeitmode porträtiert wurden. Die Autorin stellt dem üppig bebildertem Hauptteil noch ein Glossar voran, in dem sie die wichtigsten Schlagworte für den weiteren Verlauf ihrer Arbeit erläutert.

Der in vier Themenfelder gegliederte Hauptteil beginnt mit dem Aspekt vestimentärer Codes der Heiligen. Hier unterscheidet Geppert zwischen historischen, modischen, topografischen und metaphorischen Codes, die sich zur Analyse von ausgewählten Heiligenbildern nutzbar machen lassen. Sie liefern ein Erklärungsmuster für die Intention der Künstler, um beispielsweise ein Gemälde in seiner historischen Dimension zu bestärken: so wurden für Darstellungen der Heiligen Familie oft tunikaartige Hemdbekleidungen gewählt, um sich historisierend von der thematisierten Epochen visuell abzugrenzen.

Der nachfolgende Aspekt des Hauptteils widmet sich Maria Magdalena und dem Themenfeld der Erlösung. Dabei liefert die Autorin mit den Schlagworten Frömmigkeit, Reue und Identifikation verschiedene Deutungsmuster für die ambivalenten Figur der Maria Magdalena. Als eine der wichtigsten Heiligen im christlichen Kult ist ihre Darstellungsweise ein Indikator für unterschiedliche Weiblichkeitsvorstellungen im Christentum. Sie erscheint wechselweise als predigender weiblicher Apostel, aber auch als der Inbegriff des weiblichen Sündencharakters. Dieser wird in einer künstlerischen Darstellung der Figur visualisiert, der sich erotischer Komponente bedient: auf vielen Gemälden rückt Maria Magdalenas offenes und prächtiges Haar, zusammen mit ihrem Unterkleid und dem Dekolletée, in den Fokus der Bildperspektive.

Die Auseinandersetzung mit der luxuria und den Schlagworten Modesünde, Verschwendung und Schuldgefühl nimmt eine zentrale Stellung in der Untersuchung ein: im Mittelalter galten modischer Prunk und Schmuck als eine der Todsünden. Mode generell wurde symbolisch zu einer Sünde stilisiert und stand so im besonderen Fokus der kirchlichen Obrigkeit. Die Steigerungsstufen von luxuria zur superbia und der damit verbundenen Androhung das Seelenheil zu verlieren, sind ein wiederkehrendes Motiv bei den Heiligendarstellungen. Diese lassen Bedeutungsmuster von jeweils abflauenden oder zunehmenden Restriktionen in Hinblick auf die Freizügigkeit in der Darstellung erkennen und fungieren als Indikator für gesellschaftliche Akzeptanz bestimmter Trends.

Der Vergleich von den Heiligendarstellungen des Spätmittelalters mit profanen Pendants wird im letzten Kapitel dargestellt. Die burgundische und die europäische Mode des 15. Jahrhunderts liefert Analogien und Unterschiede in den Visualisierungsformen modischer Perspektiven. Dabei stellt die Autorin die modischen Trends von Patrizierfamilien in einem theoretischen Rahmen dar, der die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Ereignisse im 15. Jahrhundert schildert, und einen guten Überblick über die Textilmanufaktur und die benachbarten Wirtschaftszweige bietet. Ein abschließender Ausblick schlägt eine Brücke zu künstlerischen Kontinuitäten in den Darstellungsformen bei Heiligen. Im stark gerafften Kapitel Nachfolge und Entwicklungen werden die künstlerischen Anknüpfungspunkte bis in das 19. Jahrhundert dargestellt.

Geppert, Silke: Mode unter dem Kreuz. Kleiderkommunikation im christlichen Kult, Salzburg: Verlag Anton Pustet 2013.

Tracht ist Mode

besprochen von Martina Sieber

Für das Trachten-Informations-Zentrum Bendiktbeuern setzte sich Alexander Wandinger mit der Geschichte und Aktualität der Tracht auseinander. Bis 2002 füllte er sein Werk „Tracht ist Mode“ und versucht darin mit gängigen Klischees und überholten Meinungen aufzuräumen, sowie das Wissen über Tracht zu vermehren.

Wandinger trennt sein Buch in drei Teile, dessen erster sein einleitendes Wort bildet. Der Autor setzt klar fest, was Tracht ist und dass der Leser falsch liegt, wenn er glaubt, auf den folgenden Seiten von Heimatzugehörigkeit oder Tradition zu lesen. Der Ausgangsgedanke Wandingers ist, dass Tracht Aspekte der bürgerlichen Mode abbildet und sich somit nach modischen Aspekten entwickelt. Diese These stützt er mit punktuellen historischen Belegen, die auch eine kurze aber deswegen leider auch nur dürftige Trachtengeschichte ergeben. Allerdings wird man durch die lockere Schreibweise sehr angenehm durch den Text und die Fakten geführt. Im Folgenden definiert Wandinger seinen Modebegriff. Demnach ist Mode das, was den Zeitgeschmack trifft und den Kleidungsstil prägt. Auf wen oder was sich Wandinger bei dieser Definition verlässt, bleibt unklar, dennoch ist die These nachvollziehbar und lässt die Idee, das Buch ginge den modischen Aspekten der Tracht auf den Grund, in einem moderneren Licht erscheinen. In den folgenden Abschnitten wird dieser Gedanke schon wieder relativiert, indem hauptsächlich auf die historische Entwicklung der einzelnen Trachtenelemente, ihre semantischen oder regionalen Besonderheiten und vor allem ihre Unterscheidung zwischen Stadt- und Landmodellen eingeht.

Der zweite Teil besteht aus historischen Abbildungen von Teilen der Frauen- und Männertracht. Jedes der Bilder erhält eine ausführliche Angabe zu Titel, Autorenschaft, Technik und Quelle. Leider fehlt eine Verknüpfung dieser Bilder mit dem dritten Teil des Buches. Denn dieser beschreibt die einzelnen

Kleidungsstücke, leitet sie durch ausführliche Texte ein und zeigt Fotografien verschiedener Modelle in Gesamt- und Detailsansicht.

Wandinger beschreibt das jeweilige Kleidungsstück sehr genau, gibt seine historische Entwicklung wider, nennt Besonderheiten, regionale Spezifika und geht explizit auf die Beeinflussung der ländlicheren Tracht durch die bürgerliche Mode oder die umgekehrte Rezeption der Tracht in der Stadt ein. Der Autor beweist im Text immer wieder sein umfassendes Wissen zum Thema, was Laien allerdings besonders bei so manchen Fachbegriffen aus dem Schneiderjargon Probleme bereiten könnte. Die Bildseiten an sich sind optisch sehr ansprechend gestaltet, denn wie Wandinger konstatiert, liegt vor allem in der Mannigfaltigkeit das Faszinosum der Tracht, was durch verschiedene Beispiele verdeutlicht wird und das Interesse des Lesers nach den Texten auffrischt.

Unbedingt positiv zu erwähnen sind auch die Verarbeitungsbeispiele der einzelnen Kleidungsstücke, die Wandinger in sein Werk einpflegt. Der Autor liefert damit eine genaue Beschreibung der Herstellung, zeigt den Aufwand in Bilderschriften, die fast schon zum Nachmachen einladen und unterstreicht damit den Wert einer Bekleidung, die nicht für die „Stange“ sondern tatsächlich als Einzelmodell gefertigt wurde. Außerdem fügt er damit praktisches mit sonst doch eher nur theoretischem Wissen zusammen und erinnert daran, dass es nicht nur die Kleidungsstücke und ihre historische Entwicklung sind, deren Erhalt lohnenswert ist, sondern auch das Wissen um deren Produktion in unseren modernisierten Verfahren einen erhaltenswerten Aspekt bildet. Abgerundet werden die Verarbeitungsbeispiele durch Fotografien von Modellen, die die beschriebene Tracht tragen. Der Wunsch, die Tracht als modische Erscheinung zu etablieren, steht als Überschrift über dem Werk und wird auch in der Einleitung genannt, ist aber dafür meines Erachtens in den Texten nicht stringent genug durchgehalten. Denn die Mode entwickelte sich nicht nur vom Rokoko bis in die 1930er. Für eine Wiedergabe der Tracht als Mode wären aktuellere Geschehnisse und Rezeptionen ebenso überaus interessant gewesen. Doch betrachtet man das Werk als einen Versuch die

geschichtliche Entwicklung der Tracht, ihre Herstellung und die wechselseitige Beeinflussung mit städtischer Mode darzustellen, so kann man das Vorhaben nur als geglückt betrachten und dem Autor beipflichten, dass sich die Tracht, ebenso wie die städtische Mode, durch Strömungen beeinflussen ließ.

Zusammenfassend kann „Tracht ist Mode“ in etlichen Aspekten durchaus als fundierte Wissensquelle dienen. Für eine lediglich interessierte Leserschaft enthält das Buch genau die richtige Dosis an Information und erklärendem Bildmaterial, die zur weiteren Auseinandersetzung mit dem Thema Tracht und Mode einladen.

Wandinger, Alexander: Tracht ist Mode. Trachten-Informations-Zentrum, Bezirk Oberbayern, 2002.

ISSN: 0948-4299